

DOI: 10.26565/2310-9513-2023-17-12
УДК 338.48

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Гапоненко Ганна Ігорівна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Гончаренко Марія Андріївна

студентка
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: mgonch02@gmail.com

Євтушенко Олена Віталіївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: evetushenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Шамара Ірина Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
email: shamara@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

На сучасному етапі регіонального розвитку Сумська область за інтегрованою оцінкою ефективності економіки, рівнем життя, екологічної безпеки поки що значно поступається Західним та Центральним регіонам України. Окрім цього, зовнішні фактори, серед яких пандемічні обмеження та військове вторгнення, негативно вплинули на економічне становище регіону. Метою статті є аналіз передумов розвитку та сучасного стану туристичної діяльності Сумської області, а також розробка пропозицій щодо покращення її стану в повоєнний час. Предметом дослідження є перспективи розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період. Дослідження проведено на основі аналізу офіційних статистичних даних про розвиток туризму та туристичної інфраструктури України та зокрема Сумської області. Для виявлення рівня розвитку туризму були використані економіко-статистичні методи, проведено горизонтальний та структурний аналіз статистичних даних розвитку туризму, що дозволило виявити особливості регіонального розвитку туристичної інфраструктури. Отримано наступні результати. Визначено стратегічні напрями розвитку туристичної діяльності Сумської області у повоєнний період: відбудова та відновлення пошкодженої та зруйнованої туристичної інфраструктури; ліквідація наслідків бойових дій, повне розмінування територій; підвищення якості надання туристичних послуг; підготовка кваліфікованих кадрів; створення регіональних турів та туристичних маршрутів по Сумській області; розробка туристичного бренду Сумської області; підвищення туристичного потенціалу Сум як обласного центру; розвиток нових перспективних видів туризму; залучення місцевого населення до розвитку туризму; збереження та відновлення природних та культурних пам'яток. Висновки. Регіональна політика у післявоєнний період повинна бути спрямована на пріоритизацію туристичної галузі та створення ефективної стратегії розвитку туризму в регіоні та підвищенні туристичної конкурентоспроможності Сумщини серед інших адміністративно-територіальних одиниць України.

Ключові слова: туристична діяльність, стратегічні пріоритети, повоєнний період, Сумська область.

Як цитувати: Гапоненко Г.І., Гончаренко М.А., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2023. № 17. С. 141-151. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-12>

In cites: Haponenko H., Honcharenko M., Yevtushenko O., & Shamara I. (2023). Strategic priorities of the development of tourist activities in the Sumy region in the post-war period. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (17), 141-151. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-12> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Україна має всі передумови для належного розвитку туристичної діяльності, яка могла б впевнено конкурувати з найвідомішими та зростаючими туристичними центрами світу. До таких передумов можна віднести вигідне географічне розташування, багатий природно-рекреаційний потенціал та культурний спадок. Проте, останні роки для туристичної галузі України та економіки в цілому є роками боротьби з непередбачуваними зовнішніми обставинами. 2019 рік був останнім роком, коли розвиток туристичної галузі відбувався за запланованим країною сценарієм і нарощувалися туристичні потоки.

Війна в нашій країні стала неосяжною трагедією для всього українського народу, що критично вплинула на світову економіку та міжнародний туризм. Туристична галузь України зазнала великих матеріальних збитків та на деякий час повністю зупинила своє функціонування. З рисунку 1 можна побачити, що за перший квартал поточного року до державного бюджету нашої країни від галузі туризму надійшло 383 млн грн., що на 29% менше ніж в аналогічному періоді 2022 року і на 39% менше ніж в 2021 році. Загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, також стала меншою – юридичних осіб на 35% і фізичних – на 34% [3].

Якщо розглядати структуру надходжень до бюджету за видами діяльності, то їх найбільша частка отримана від готелів і складає 233 млн 693 тис. грн (61% від загального об'єму). Але цей показник також менший аналогічного на 22% в 2022 і на 41% в 2021 році. Отже туристична галузь України продовжує поповнювати бюджет за рахунок податків,

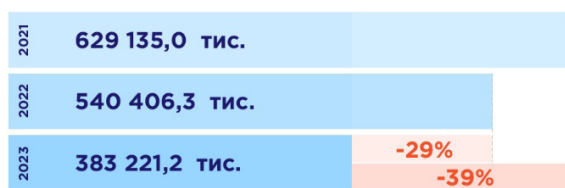
не зважаючи на воєнні дії. Найбільше надходжень держава отримує від туристичних агентів та інших засобів колективного розміщення.

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідженням питань розвитку та оптимізації туристичної діяльності в регіонах України займалися такі вчені, як: М.В. Вачевський, В.С. Боголюбов, Г.І. Гапоненко, П.В. Гудза, М.І. Долішній, Л.П. Дядечко, О.В. Євтушенко, М.А. Жукова, В.Ф. Кифяк, Ф.Ф. Мазур, М.П. Мальська, П.О. Масляк, А.Ю. Парфіненко, О.В. Пендерецький, А.А. Самойленко, Т.Г. Сокол, В.І. Стафійчук, М.Й. Рутинський, І.М. Шамара, Л.Т. Шевчук та інші. Але не дивлячись на значний ступінь розробленості проблем аналізу та розвитку діяльності туристичної галузі країни, питання впливу галузі туризму на економічний розвиток окремих регіонів залишається малодослідженим.

Метою статті є аналіз передумов розвитку та сучасного стану туристичної діяльності Сумської області, а також розробка пропозицій щодо покращення її стану в повоєнний час.

Виклад основного матеріалу. Сумська область має значний потенціал для розвитку туризму, оскільки багата на історичні, культурні та природні пам'ятки. Проте, як і в усіх інших галузях, у туризмі також існують свої труднощі та виклики, які необхідно вирішувати. В Сумській області є один національний природний парк, відділення природного заповідника, 64 заказники, 65 пам'яток природи, 21 парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення, 2 регіональні ландшафтні парки, 29 заповідних урочищ та ботанічний сад місцевого значення (рис. 2).

ПОДАТКИ ЗА I КВАРТАЛ 2023



ДАРТ

КІЛЬКІСТЬ ПЛАТНИКІВ



ВІДСТОКОВА ЧАСТКА КОЖНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ



* тис. грн

Рис. 1. Податки від туризму за перший квартал 2023 року [3]

Fig. 1. Tourism taxes for the first quarter of 2023 [3]

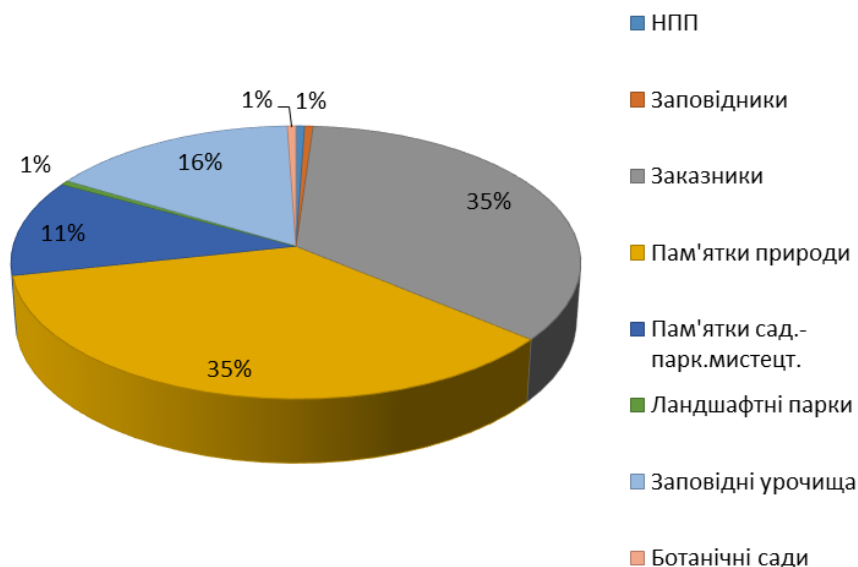


Рис. 2. Складові природно-заповідного фонду Сумщини
Складено авторами за джерелом: [5]

Fig. 2. Components of the nature reserve fund of Sumy Oblast
Compiled by the authors according to the source: [5]

Коротка характеристика основних природно-заповідних територій Сумської області наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

Основні природно-заповідні території Сумської області

Table 1

The main nature reserve territories of the Sumy region

№ з/п	Назва об'єкту	Площа (га)	Тип	Місцезнаходження
Заповідники				
1	Михайлівська цілина	202,48	відділення Українського степового природного заповідника	Лебединський
Національні природні парки				
2	Деснянсько-Старогутський	16215,1	національний природний парк	Середино-Будський
Заказники загальнодержавного значення				
3	Великий бір	1231,0	лісовий	Шосткинський
4	Шалигинський	2868,1	ландшафтний	Глухівський
5	Середньосеймський	2020,8	ландшафтний	Путівльський
6	Банний яр	2020,8	ботанічний	Сумський
7	Журавлиний	258,0	орнітологічний	Сумський
8	Андріяшівсько-Гудимівський	1509,6	гідрологічний	Роменський
9	Біловодський	1515,7	гідрологічний	Роменський
10	Климентівський	1007,5	гідрологічний	Охтирський
11	Бакирівський	2606,0	гідрологічний	Охтирський
12	Хухрянський	4591,6	гідрологічний	Охтирський
Пам'ятки природи загальнодержавного значення				
13	Яблуня-колонія	0,06	ботанічний	Кролевецький
14	Урочище Боромля	55,0	зоологічний	Конотопський
15	Озеро Шелехівське	7,0	гідрологічний	Лебединський

Складено авторами за джерелом: [5]

Compiled by the authors according to the source: [5]

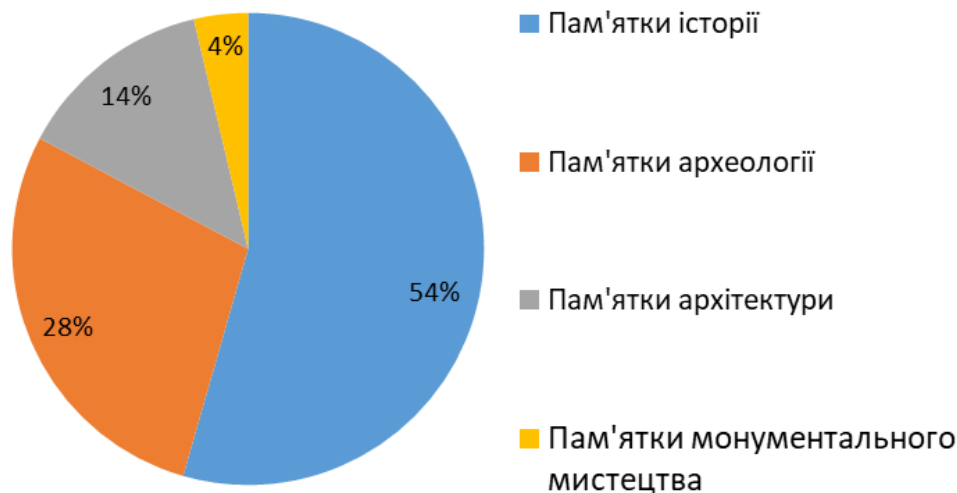


Рис. 3. Історико-культурні ресурси Сумської області
Складено авторами за джерелом: [9]

Fig. 3. Historical and cultural resources of the Sumy region
Compiled by the authors according to the source: [9]

Дані, наведені у таблиці 1, підтверджують наявність на Сумщині природних ландшафтів та територій, які є унікальними і майже не зустрічаються в інших країнах Європи.

Щодо культурних ресурсів, Сумська область має унікальну історико-культурну спадщину – майже 1,5 тисячі пам'яток історії, 780 пам'яток археології, 102 пам'ятники монументального мистецтва та 373 пам'ятки архітектури (рис. 3).

Це – визначні пам'ятки, будівлі, пов'язані з життям і діяльністю видатних земляків, братські і одиночні поховання, пам'ятки виробництва, зведені на постаментах, пам'ятні дошки землякам. В області збереглися місця пам'яті, що пов'язані з подіями Національно-визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького, Конотопської битви, події Української революції 1917-1921 рр., Першої і Другої сві-

тових війн зберігаються в сотнях поховань учасників цих подій, воїнів, мирних громадян і партизанів.

Варто зазначити, що сучасний стан розвитку туристичної діяльності в регіоні не є задовільним. Згідно з офіційними даними Головного управління статистики Сумської області, регіональний туристичний потік має наступний вигляд, представлений в табл. 2.

Проаналізувавши вищенаведені показники, можемо зробити висновок, що динаміка регіональних туристичних потоків є невтішною, пандемія Covid-19 негативно вплинула на кількість обслуговуваних туристів у 2020 році. Також чисельність виїзних туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами у 3,2 рази перевищує кількість внутрішніх.

Одним з найважливіших факторів розвитку

Таблиця 2

Структура туристичних потоків у Сумській області

Table 2

The structure of tourist flows in the Sumy region

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	У тому числі		
		В'їзні (іноземні) туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи
2018	16 178	к	13 050	к
2019	25 919	-	19 474	6 445
2020	12 004	-	9 161	2 843

к – Дані не оприлюднювались з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

Складено авторами за джерелом: [2]

k – The data were not made public in order to ensure compliance with the requirements of the Law of Ukraine "On State Statistics" regarding the confidentiality of statistical information.

Compiled by the authors according to the source: [2]

Таблиця 3

Характеристика колективних засобів розміщення у Сумській області

Table 3

Characteristics of collective means of accommodation in the Sumy region

Роки	Кількість колективних засобів розміщення, од	Кількість місць у колективних засобах розміщення, од	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення
2011	72	4103	71136
2012	69	4039	65878
2013	68	3602	65012
2014	60	3591	66718
2015	55	3456	53207
2016	57	3264	62701
2017	52	2911	58098
2018	21	1532	43471
2019	21	1424	44657
2020	17	1300	27160

Складено авторами за джерелом: [2]

Compiled by the authors according to the source: [2]

туристичної діяльності є наявність у регіоні туристичної інфраструктури, тобто транспортного сполучення, колективних засобів розміщення, інформаційних центрів, підприємств, що надають розважальні та екскурсійні послуги тощо. Розглянемо детальніше сучасний стан туристичної інфраструктури Сумської області (табл. 3).

Згідно з даними таблиці, кількість колективних засобів розміщення у Сумській області протягом 2011-2020 рр. зменшилась в 4 рази. Аналогічну ситуацію можемо спостерігати з чисельністю місць та кількістю осіб, які перебували в колективних засобах розміщення (зменшилась в 3 і в 2,5 рази відповідно).

Серед основних проблем розвитку туристичної діяльності в регіоні, які спостерігались і до початку війни, можна виділити наступні:

1. Незадовільний стан туристичної інфраструктури. В області не створюються сприятливі умови для її розвитку, не відбувається залучення інвестицій для відновлення існуючих колективних закладів розміщення, закупівлі сучасного транспорту, ремонту автошляхів тощо.
2. Невелика пропозиція регіональних турів. Більшість туристичних фірм займаються відправленням туристів за межі області або за кордон. Хоча внутрішній туризм почали розвивати тільки в останні кілька років, прийом туристів на Сумщині досі є здебільшого неоптимальним та не вигідним для туристичних підприємств. Процес розвитку туристичної діяльності в регіоні неможливий без підтримки місцевих туристичних підприємств, які можуть займатись розробкою та реалізацією регіональних турів, просуваючи особистий бренд області на ринку.

3. Недостатній рівень підготовки кваліфікованих кадрів у сфері туризму. У Сумській області наразі навчання за спеціальністю 242 «Туризм» проводиться лише в одному вищому навчальному закладі – Сумському державному університеті. Дана спеціальність була відкрита в Сумах лише у 2020 році, де за нею можна отримати лише бакалаврський освітній ступінь.

В рамках естонсько-українського наукового проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» у лютому 2023 року було проведено соціологічне дослідження за підтримки Естонського дослідницького агентства. Участь у дослідженні взяли 144 респонденти з п'яти регіонів України, включаючи 29 (20,1%) осіб з Сумської області, серед яких були власники туристичних підприємств, робітники закладів готельного та ресторанного господарства, громадські діячі та представники місцевої влади [6]. Деякі результати соціологічного дослідження наведені нижче.

Питання: Які зміни відбулися в туристичній галузі Сумської області від початку війни?

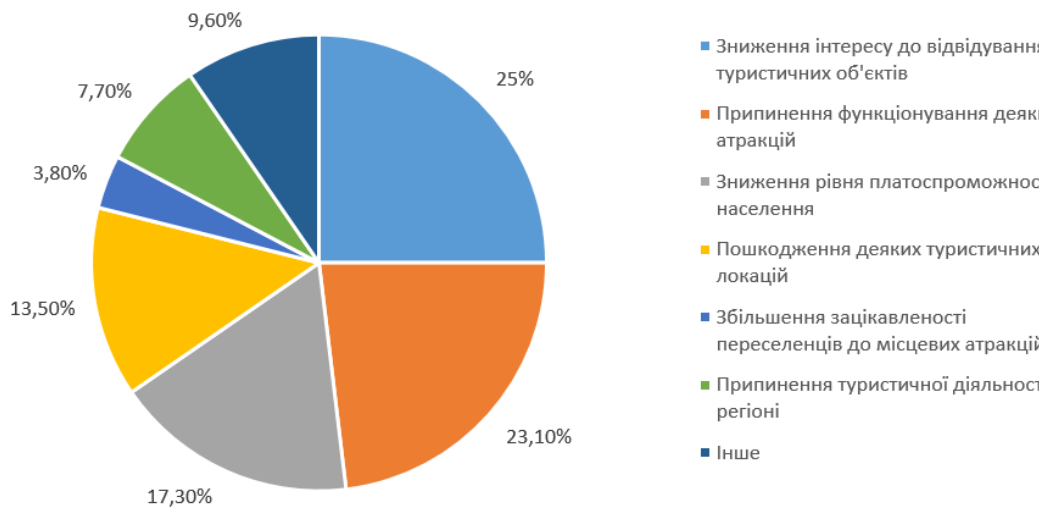


Рис. 4. Зміни в туристичній галузі Сумської області після початку війни
Складено авторами за джерелом: [6]

Fig. 4. Changes in the tourism industry of the Sumy region after the beginning of the war
Compiled by the authors according to the source: [6]

Згідно з даними рис. 4, четверта частина респондентів вважає, що найбільшими змінами з початку війни у Сумській області є зниження рівня інтересу місцевих жителів до відвідування туристичних об'єктів. Натомість, 3,8% опитуваних відмічають високу зацікавленість цими об'єктами серед внутрішньо переміщених осіб (станом на 28.02.2023 у Сумській області зареєстровано 77 229 внутрішньо переміщених осіб). Майже 37% акцентують увагу

на пошкодженні та припиненні функціонування деяких атракцій. 9,6% респондентів вказали свою відповідь (інше), серед яких: участь представників туристичної сфери у волонтерській діяльності, вступ до лав ЗСУ тощо. Ще 7,7% вважають, що у регіоні повністю зупинилась туристична діяльність, що не відповідає дійсності. Туристичні потоки у Сумській області суттєво зменшились, але не припинились.

Питання: З якими проблемами довелося зіткнутися підприємствам туристичної сфери Сумської області від початку війни?

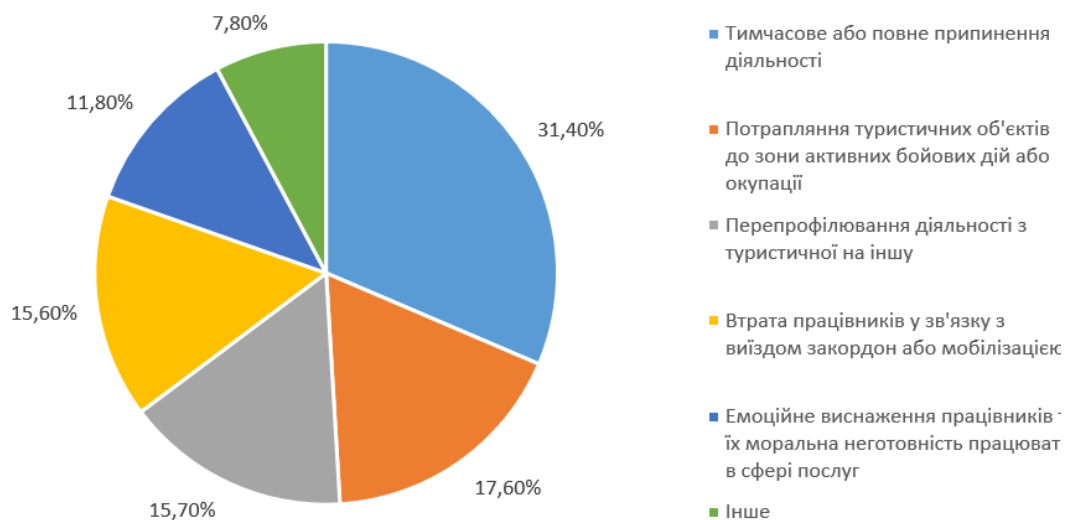


Рис. 5. Проблеми діяльності підприємств туристичної сфери в Сумській області після початку війни
Складено авторами за джерелом: [6]

Fig. 5. Problems of tourism enterprises in the Sumy region after the start of the war
Compiled by the authors according to the source: [6]

Питання: Які є перспективи розвитку туристичної діяльності у Сумській області?

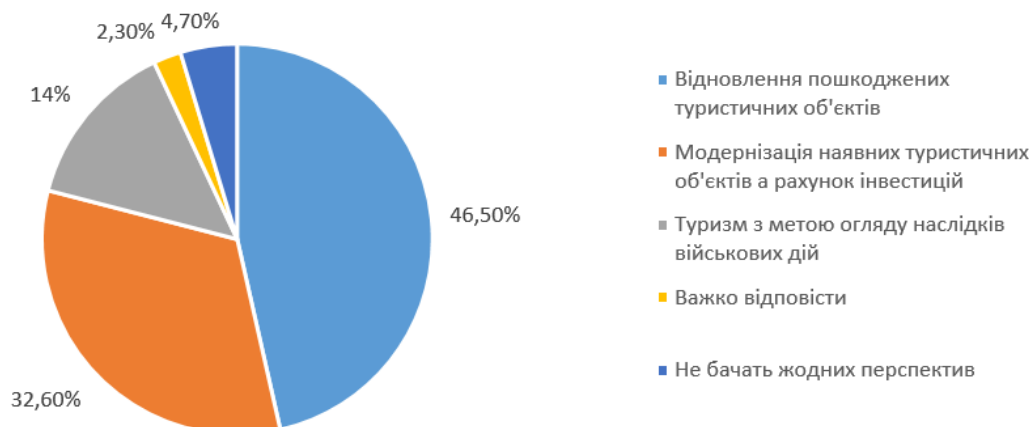


Рис. 6. Перспективи розвитку туристичної діяльності в Сумській області
Складено авторами за джерелом: [6]

Fig. 6. Prospects for the development of tourism in the Sumy region
Compiled by the authors according to the source: [6]

Відповідно даних, наведених на рис. 5, третина туристичних підприємств Сумської області тимчасово або повністю припинила свою діяльність від початку війни. Ще 17,6% потрапили до зони бойових дій або окупації. Майже 16% підприємств перепрофілювали свою діяльність з туристичної на іншу, зокрема волонтерську. Багато туристичних підприємств області продовжили працювати навіть під час бойових дій. Наприклад, готелі надавали свої приміщення для розміщення біженців, готували їжу для українських військовослужбовців, надавали місця для складування гуманітарної допомоги тощо. Понад 15% туристичних підприємств зіштовхнулись з дефіцитом працівників, так як велика частина людей виїхала з області під час евакуації і досі не повернулася через нестабільну безпеку ситуацію. Також частина працівників вступила до лав Збройних Сил. Окрім цього, 11,8% роботодавців відзначають проблемою емоційне виснаження та моральну неготовність робітників продовжувати працювати у сфері послуг. Ще 7,8% опитаних назвали інші причини, такі як відсутність попиту на туристичні послуги, неготовність населення до подорожей. Що стосується перспектив розвитку туристичної діяльності в Сумській області після війни (рис. 6), респонденти вважають відновлення туристичних місць (46,5%) і можливість модернізувати туристичні об'єкти за рахунок грантів (32,6%). Також 14% опитуваних відзначають, що туристи можуть бути зацікавлені у воєнному туризмі – відвідуванні місць бойових дій. Опитувані відзначили найбільш перспективними видами туризму для Сумської області культурно-пізнавальний, подієвий, гастрономічний, сільський зелений та

спортивний. До найменш перспективних віднесли – темний, промисловий та діловий.

Незважаючи на складну ситуацію, на наш погляд, є всі передумови для відродження та ще більшого розквіту туристичної діяльності в Україні після війни. До прикладу, Хорватія змогла заново відродити туризм завдяки успішній маркетинговій кампанії раніше невідомих дестинацій. Ізраїль зберіг свій туристичний статус завдяки адаптації галузі до постійної війни з Палестиною. А Грузія завдяки пріоритизації туристичної галузі та правильно сформованій стратегії розвинула туризм та вивела його на світовий рівень після війни. Безумовно, неможливо провести аналогій між війною в Україні та будь-якою іншою країною, що пережила війну і відродила туризм, оскільки інші країни не зазнавали таких масштабних руйнувань. Проте, не можна виключати можливості для розвитку туристичної галузі країни у післявоєнний період.

Водночас, необхідно враховувати, що успішне відродження туризму в Україні вимагатиме значних зусиль і інвестицій з боку держави та приватного сектору. Необхідно створити умови для привабливого відпочинку та туризму, включаючи забезпечення безпеки, підвищення якості послуг, збереження природних ресурсів та культурної спадщини, розвиток транспортної інфраструктури тощо.

Зараз в Україні недостатньо наукових досліджень про особливості формування державної політики у сфері туризму в умовах збройних конфліктів. Це ускладнює процес прийняття управлінських рішень та оцінку економічного впливу вдосконалення вітчизняної туристичної індустрії. Для відновлення туристичного та інвестиційного інтересу до



Рис. 7. Стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період
Fig. 7. Strategic priorities for the development of tourism in the Sumy region in the post-war period

країни потрібно в першу чергу розробити ефективні інструменти управління туристичною галуззю в умовах збройних конфліктів та розставити правильні стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності у майбутньому.

Висновки. Зважаючи на досвід зарубіжних країн та результати соціологічного опитування представників туристичної галузі Сумської області, було визначено стратегічні напрями розвитку туристичної діяльності Сумської області у повоєнний період, наведені на рис. 7.

1. Відбудова та відновлення пошкодженої чи зруйнованої туристичної інфраструктури. Сумська область була окупована російськими військами з 24 лютого по 6 квітня 2022 року. Найбільших руйнувань зазнали міста Тростянець та Охтирка, де протягом місяця велись бойові дії. Постраждала критична та цивільна інфраструктура, зокрема зруйновані залізничні вокзали, залізничне покриття та автомобільні мости. Також пошкоджено багато історико-культурних пам'яток, серед яких пам'ятка архітектури національного значення – будинок управителя маєтками Кеніга, «Круглий двір» та Охтирський міський краєзнавчий музей. Тому одним з перших стратегічних пріоритетів розвитку туристичної діяльності після війни є відбудова пошкодженої туристичної інфраструктури.

2. Ліквідація наслідків бойових дій, повне розмінування територій. За офіційними даними Мініс-

терства внутрішніх справ, Сумська область є найбільш замінованою з усіх деокупованих областей України, площа замінованої території становить понад 47%. Для безпечного пересування туристів регіоном потрібно якомога швидше і якісніше ліквідувати наслідки бойових дій.

3. Підвищення якості надання туристичних послуг: підготовка кваліфікованих кадрів (відкриття магістратури за спеціальністю 242 «Туризм» у Сумському державному університеті, організація курсів підвищення кваліфікації, мовних курсів), надання інформаційної підтримки, використання сучасних технологій, заохочення готельних підприємств до сертифікації надання туристичних послуг та отримання категорії з боку державних органів влади, добровільна категоризація сільських зелених садиб.

4. Створення регіональних турів та туристичних маршрутів по Сумській області та/або включаючи прилеглі райони сусідніх областей. Наприклад, маршрут Глухів – Путивль – Конотоп – Батурин, що об'єднує міста козацької та гетьманської слави Сумської та Чернігівської областей. Також актуально буде створити маршрут воєнного туризму Суми – Тростянець – Охтирка, що буде спрямований на ознайомлення туристів з наслідками воєнних дій на території області та оборони Сумщини.

5. Розробка туристичного бренду Сумської області та просування регіонального туристичного

продукту на національному і міжнародному рівнях. В окремих населених пунктах регіону вже давно використовують власний брендинг, наприклад в Сумах та в Тростянецькій ОТГ, але брендування усієї області досі не розроблялось. Проте, як показує практика, одного лише брендування недостатньо, для успішної і дієвої промоції регіонального продукту потрібно просувати продукт за допомогою маркетингової стратегії.

Тут потрібно окремо відмітити певні напрацювання, які з'явилися протягом останнього часу. Так, майстер-планом New Balance Trostianets, підготовленим для Тростянецької міської ради компанією CES clean energy solutions GesmbH (Австрія), «iC consulenten Україна», tbw research (Австрія) та Modul5 (Австрія) за підтримки незалежних експертів: Петера Блала Ханнеса, Мадіса, пропонується запровадження бренду «найсолідшого міста України» [4].

Його розробка йшла з червня 2022 по лютий 2023 рр. Зокрема, із цим брендингом пропонують ув'язати існуючі та майбутні ключові особливості активності Тростянця (туризм, фестивалі, музика, культура тощо), стимулювати бізнес (від хенд-мейд майстерні та кондитерських до великих виробництв), створити освітню програму для учнів і кондитерів, відкрити філію відомої європейської кондитерської (див. рис. 8).

6. Підвищення туристичного потенціалу Сум як обласного центру, що залучатиме інвестиції та інновації для розвитку усієї області. Створення ефективної мережі міжнародних партнерств для залучення інвестицій та інновацій. Підвищення готовності міських інституцій до використання технологічних інновацій.

7. Створення умов для безпечного та комфортного пересування у населених пунктах та поза ними у контексті сталої мобільності. Останнім часом все більше людей починають звертати увагу на екологічний аспект свого способу пересування. Замість традиційного автомобіля, який викидає значну кількість вуглецю в атмосферу, дедалі більше людей обирають екологічний транспорт. Цей тренд викликаний не лише бажанням зберегти довкілля, але й прагненням дотримуватись здорового способу життя та активно проводити час на свіжому повітрі. Тому доцільним буде встановлення зарядних пристроїв для електротранспорту, створення велопарковок та будівництво велосипедних доріжок.

8. Розвиток нових перспективних видів туризму: сільський зелений, подієвий, спортивний. Створення необхідної інфраструктури для проведення спортивних та культурних заходів та подій, зокрема, концертних залів та майданчиків, стадіонів, спортивних зал тощо. Підтримка та розвиток існуючих спортивних клубів та організацій, що допоможе привернути увагу до міста чи регіону. Співпраця з місцевими громадськими організаціями, фермерами та іншими стейкхолдерами, щоб забезпечити ефективне використання природних ресурсів і залучити максимальну кількість людей до участі в розвитку сільського зеленого туризму.

9. Залучення місцевого населення до розвитку туризму: організація культурно-просвітницьких заходів на туристичну та підприємницьку тематику, надання фінансової підтримки у формі грантів для реалізації бізнес-проектів у туристичній сфері, надання пільг для створення нових малих бізнесів у туристичній сфері.

СПОРТИВНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ ОСЕРЕДОК МІСТА ТРОСТЯНЕЦЬ

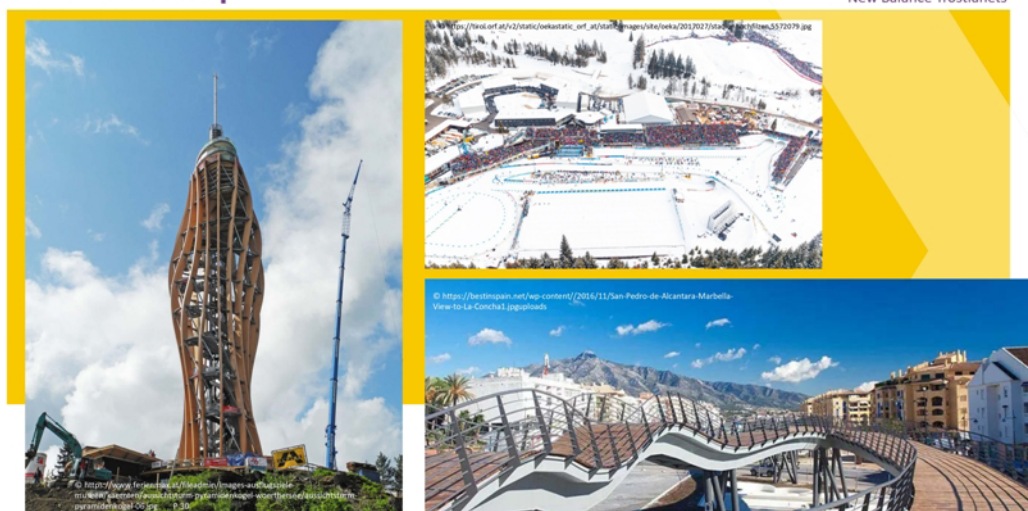


Рис. 8. Приклад спортивно-розважального осередку міста Тростянець згідно з майстер-планом New Balance Trostianets [4]
Fig. 8. An example of a sports and entertainment center in the city of Trostianets according to the master plan of New Balance Trostianets [4]

10. Збереження та відновлення природних та культурних пам'яток: охорона та реконструкція історико-культурної спадщини, створення парків та заповідників, сприяння сталому розвитку туризму.

Отже регіональна політика у післявоєнний період повинна бути спрямована на пріоритизацію

туристичної галузі та створення ефективної стратегії розвитку туризму в регіоні та підвищенні туристичної конкурентоспроможності Сумщини серед інших адміністративно-територіальних одиниць України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. Бізнес Інформ. 2022. № 10. С. 114-125. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-114-125>.
2. Головне управління статистики у Сумській області. URL: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/>.
3. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>.
4. Екологія, енергоефективність та туристичний бренд «солодкого міста» – головні напрямки для інвестицій та відновлення Тростянця – майстер-план. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/908297.html>.
5. Природно-заповідний фонд Сумської області: Атлас-довідник. Київ: ТОВ «Українська Картографічна Група». 2016. 94 с.
6. Рейманн М., Корнус О.Г., Паланг Х., Корнус А.О. Особливості розвитку туристичної діяльності у Сумській області в умовах війни та перспективи на майбутнє. Наукові записки СумДПУ імені А.С. Макаренка. Географічні науки. 2023. Т. 2. Вип. 4. С. 45-52. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/13461/1/Reimann%20M.%2c%20Kornus%20O.%2c%20Palang%20H.%2c%20Kornus%20A.%20Peculiarities%20of%20Tourism%20Development.pdf>.
7. Стратегія відновлення та розвитку економіки Сумської області на 2022-2024 роки. URL: http://sm.gov.ua/images/docs/2022/strategia_2022-2024.pdf.
8. Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки. URL: https://sm.gov.ua/images/docs/dostup/522_20.pdf (дата звернення: 10.05.2023).
9. Сумська обласна державна адміністрація. URL: <https://sm.gov.ua/uk/oda>.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2023

Стаття рекомендована до друку 14.04.2023

STRATEGIC PRIORITIES OF THE DEVELOPMENT OF TOURIST ACTIVITIES IN THE SUMY REGION IN THE POST-WAR PERIOD

Hanna Haponenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Maria Honcharenko, Student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: mgonch02@gmail.com

Olena Yevtushenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: evyvtushenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Irina Shamara, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, email: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

At the current stage of regional development, Sumy Oblast is still significantly inferior to the Western and Central regions of Ukraine in terms of an integrated assessment of economic efficiency, standard of living, and environmental safety. In addition, external factors, including pandemic restrictions and military invasion, have negatively affected the region's economic situation. The purpose of the article is to analyze the prerequisites for development and the current state of tourism in the Sumy region, as well as to develop proposals for improving its state in the post-war period. The subject of the study is the prospects for the development of tourism in the Sumy region in the post-war period. The research was carried out on the basis of the analysis of official statistical data on the development of tourism and tourist infrastructure in Ukraine, and in particular in the Sumy region. To identify the level of tourism development, economic and statistical methods were used, horizontal and structural analysis of statistical data on tourism development was carried out, which made it possible to identify the peculiarities of the regional development of tourism infrastructure. The following results were obtained. The strategic directions of the development of tourism in the Sumy region in the post-war period have been determined: reconstruction and restoration of the damaged and destroyed tourist infrastructure; liquidation of the consequences of hostilities, complete demining of territories; improving the quality of providing tourist services: training qualified personnel; creation of regional tours and tourist routes in the Sumy region; development of the tourism brand of the Sumy region; increasing the tourist potential of Sumy as a regional center; development of new promising types of tourism; involvement of the local population in the development of tourism; preservation and restoration of natural and cultural monuments. Conclusions. Regional policy in the post-war period should be aimed at prioritizing the tourism industry and creating an effective strategy for the development of tourism in the region and increasing the tourism competitiveness of Sumy Oblast among other administrative and territorial units of Ukraine.

Keywords: *tourist activity, strategic priorities, post-war period, Sumy region.*

REFERENCES

1. Haponenko H. I., Yevtushenko O. V., Shamara I. M. & Vasylenko V. Yu. (2022) Tsyfrovizatsiia yak nova paradyhma upravlinnia rozvytkom turyzmu Ukrainy v pisliavoiennyi period [Digitization as a new paradigm for managing the development of tourism in Ukraine in the post-war period]. *Business Inform.* (10), 114-125. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-114-125>. (in Ukrainian)
2. Holovne upravlinnia statystyky u Sumskii oblasti [Main Department of Statistics in Sumy Region]. Available at: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/>. (in Ukrainian)
3. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu [State Tourism Development Agency]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/>. (in Ukrainian)
4. Ekolohiia, enerhoefektyvnist ta turystychnyi brend «solodkoho mista» – holovni napriamky dlia investytsii ta vidnovlennia Trostiansia – maister-plan [Ecology, energy efficiency and the tourism brand of the «sweet city» – the main directions for investment and restoration of Trostianets – master plan]. Available at: <https://interfax.com.ua/news/economic/908297.html>. (in Ukrainian)
5. Pryrodno-zapovidnyi fond Sumskoi oblasti: Atlas-dovidnyk [Nature reserve fund of the Sumy region: Atlas-guidebook]. Kyiv: TOV «Ukrainska Kartohrafichna Hrupa». 2016. 94. (in Ukrainian)
6. Reimann M., Kornus O.H., Palanh Kh. & Kornus A.O. (2023) Osoblyvosti rozvytku turystychnoi diialnosti u Sumskii oblasti v umovakh viiny ta perspektyvy na maibutnie [Peculiarities of the development of tourism in the Sumy region during the war and prospects for the future]. *Scientific notes of A.S. State University of Sumatra. Makarenko Geographical sciences. T. 2. Vol. 4.* 45-52. Available at: <https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/13461/1/Reimann%20M.%2c%20Kornus%20O.%2c%20Palang%20H.%2c%20Kornus%20A.%20Peculiarities%20of%20Tourism%20Development.pdf>. (in Ukrainian)
7. Stratehiia vidnovlennia ta rozvytku ekonomiky Sumskoi oblasti na 2022-2024 roky [Strategy for recovery and development of the economy of Sumy region for 2022-2024]. Available at: http://sm.gov.ua/images/docs/2022/strategia_2022-2024.pdf. (in Ukrainian)
8. Stratehiia rehionalnogo rozvytku Sumskoi oblasti na 2021-2027 roky [Regional development strategy of the Sumy region for 2021-2027]. Available at: https://sm.gov.ua/images/docs/dostup/522_20.pdf. (in Ukrainian)
9. Sumska oblasna derzhavna administratsiia [Sumy Regional State Administration]. Available at: <https://sm.gov.ua/uk/oda>. (in Ukrainian)

The article was received by the editors 12.03.2023

The article is recommended for printing 14.04.2023