Родіна Оксана

кандидат економічних наук, доцент

e-mail: Rodinaoksana78@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9516-0936

Шляхи розвитку туристичної галузі у повоєнний час

Туризм є одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країни, регіонів та міст. Він істотно впливає на економічний розвиток держави, створює нові робочі місця, це джерело поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, симбіоз прибутковості та екологічної рівноваги. Зважаючи на стратегічне значення ринку туристичних послуг, Україною задекларовано його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки [1].

Україна має передумови для залучення до розвинених у туристичній галузі країн світу: вигідне геополітичне положення, Україна перехрестям транспортних потоків з Півночі на Південь та із Заходу на Схід. Маючи сприятливі кліматичні умови, здебільшого рівнинний ландшафт, природні багатства, розширену транспортну мережу, культурно – історичні пам’ятки та багато іншого, наша держава має вагомі причини залучення до світової туристичної сфери.

Туристичні підприємства України володіють високим рівнем ресурсів для виходу на зовнішні ринки. Курортно-туристичні зони в Україні складають 15% території. Але в той же час туристична інфраструктура не зовсім досконала. Близько 70% історичних та культурних ресурсів знаходяться у аварійному стані, через війну багато що втрачено і необхідна реставрація та реконструкція.

2022 рік став перевіркою на міцність для українського туристичного сектору з 1991 року. Повномасштабне вторгнення росії в Україну заподіяло шкоди багатьом секторам економіки, проте туристичний сектор постраждав найбільше. Втрати галузі досягають мільярдів гривень. Точні цифри збитків навести складно, але все свідчить про найважчу кризу з часів незалежності України [2].

Аналіз стану туристичної сфери в Україні виявив основні проблеми на шляху реалізації наявного туристичного потенціалу країни повною мірою:

1. недостатній рівень фінансування туристичної галузі. Проаналізувавши видаткову частину державних бюджетів України, можна зробити висновок, що державне фінансування та підтримка туристичної сфери нестабільні або взагалі відсутні [3]. Це пояснюється інституційними змінами у системі органів державного регулювання сфери туризму, загостренням фінансово-економічної кризи, складними політичними подіями, анексією Криму, окупацією та війною.
2. стан туристичної інфраструктури України не відповідає міжнародним стандартам, а з війною ситуація ще погіршилася;
3. слабкий зв’язок суміжних та підтримуючих галузей із туристичною;
4. невизначеність зовнішньоекономічних стратегій більшості національних туристичних підприємств;
5. недосконалість туристичної політики уряду та нормативно-правової бази розвитку туризму;
6. неефективне використання наявного потенціалу туристичних ресурсів, наслідком чого є втрата можливостей розвитку цієї галузі на відміну від багатьох країн.

Попри всі проблеми, пов’язані з війною, можна сказати, що немає скоординованої висококваліфікованої системи дій із виведення туристичного продукту нашої країни на світовий ринок, яка свідчила б суттєві результати.

Забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств України у воєнний та післявоєнний час включає наступні кроки [4]:

– збільшення частки туристів можна можна досягти, врахувавши досвід країн, які пережили війну. Багато туристів цікавляться місцями, що стали пам’ятними маршрутами та повоєнними символічними місцями. Освітній туризм може бути актуальним для того, щоб побувати і побачити всі жахи, які мали місце в Маріуполі, Бучі, Ірпені, Харкові та інших містах і селах після війни.

Одним із прикладів успішного повоєнного відновлення сфери туризму для України може бути Хорватія. Громадянська війна в 1990-х роках зупинила розвиток туризму. Після війни запустили велику піар-кампанію країни та її раніше невідомих туристичних ообливостей. Майже 10 мільйонів туристів на рік приносять значний дохід і формують близько 15% ВВП Хорватії.

Крім Хорватії, цікавим буде досвід Кіпру, що є одним із найзатребуваніших туристичних напрямків після етнічних конфліктів між грецькою та турецькою громадами. Розвиток рекламного туризму на Кіпрі був схожим до Хорватії: визначення головних переваг туризму – масована реклама у світі [5].

Відомим прикладом відновлення сфери туризму є Ізраїль, який не загубив свого туристичного статусу незважаючи на постійні воєнні дії з Палестиною. Можна константувати, що туризм в Ізраілі ідеально адаптувався до військового конфлікту, що триває вже довгий час.

Україні буде цікавим післявоєнний розвиток туризму в Грузії. Департамент з туризму та курортів Грузії зробив висновок щодо наслідків війни з росією у 2008 році - після воєнного конфлікту країна набула популярності серед іноземних туристів. Перед війною лише 2–3% населення світу знали про Грузію і тільки після війни іноземці відкрили її для себе як цікаве туристичне місце [6].

– відвідування певних місць в Україні, таких як Чорнобаївка, Зміїний острів тощо, що можуть бути унікальними символами слави.  У майбутньому ці локації мають шанс стати визначними об’єктами для військово-історичного туризму. Міста України, які були задіяні у військових операціях, потрібно популяризувати як осередки військового туризму. Також слід звернути увагу на популяризацію мілатарі-туризму або військово-історичного, туристів можна приваблювати яскравими емоціями та адреналіном [7];

– формування фондів для відновлення України та реалізація конкретних програм і стратегій відновлення. Для відновлення місця України на післявоєнному міжнародному ринку туристичних послуг туристичні підприємства повинні робити акцент на рекламі з креативом та продажу своїх продуктів і послуг. Доцільним вважається створення системи раціональних взаємозв’язків для розв’язання певних завдань. Обдумана їх інтеграція забезпечить синергетичні зв’язки та посилить дії один одного.

Вивчення міжнародного досвіду управління у туристичній індустрії, аналіз ролі недержавного сектора, питань сталого розвитку та механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності у сфері туризму є актуальною і перспективною задачею сьогодення.

1. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: “Економіка і менеджмент”. 2017. № 25. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua

2. Сіра Е.О., Голубець І.М., Безрученков Ю.В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. №68. С.155-158.

3.Гурбик Ю.Ю. Сучасні проблеми державного фінансування туристичної сфери України СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ Випуск 1 (12) 2018. С. 67 -71.

4. Моца А.А., Шевчук С.М. Середа Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41.

5. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>

6. Бойко В.О., Далевська Н.М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу/ В.О. Бойко, Н.М. Далевська// Управління змінами та інновації. –2022. –С. 5–10.

7. Горб К.Д, Крутякова Ю.П. Нові перспективи військового туризму в Україні / К.Д. Горб, Ю.П. Крутякова // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. – 2020. – С.87.