

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Безгінова А.І., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6663-8304>

З 2017 року Україна забезпечувала найбільш швидке зростання в галузі туризму в Євразійському субрегіоні за індексом конкурентоспроможності (Travel & Tourism Competitiveness Index), у тому числі за індикаторами «економічна стабілізація, покращення бізнес-середовища» - з 124 до 103 місця, «підвищення рівня безпеки» - з 127 до 107, «відкритість до світу» - з 78 до 55, «поліпшення загальної інфраструктури» - з 79 до 73 місця [1]. Проте сьогодні наша країна знаходиться у важких умовах через воєнну агресію росії. Україна живе в умовах воєнного стану і не залишилося жодного місця, якого би не торкнулася війна. Тому питання розвитку вітчизняної туристичної індустрії видаються зараз не на часі.

Війна є основною проблемою сучасної безпеки, яка характеризується глибоким проникненням у суспільство та довгостроковими наслідками. Зважаючи на важливий культурний маркер часу, населення сегментує свою історію на три етапи: «до війни», «під час війни» та «після війни» [2]. Проведені дослідження підтверджують негативний вплив війни на туризм (D.M. Currie, M. Skare, J. Loncar, D.B. Weaver та ін.) - потрясіння, які були спричинені збройними конфліктами, негативно впливають на економіку постраждалих країн та вносять глибокі зміни до їх туристичного «ландшафту».

Водночас війна стимулює рекламний, емоційний, військовий і політичний туризм; до того ж туристичні об'єкти, пов'язані з війною, є найбільш відомою окремою категорією. Громадська організація Visit Ukraine на підтвердження цієї ідеї розпочала роботу над запуском dark-туризму в Україні. Як заявив керівник організації А. Тараненко: «Це історія на наших очах, меморіал під відкритим небом. ... Те, що відбувається в Україні сьогодні – це наша реальність. Ми повинні інформувати світове суспільство про трагічні події, які, на жаль, мали місце в цивілізованому світі XXI століття» [3].

Таким чином створюється нова спадщина, а так званий «постконфліктний «туризм пам'яті» з часом поєднується з іншими напрямками – культурним, паломницьким, медичним, промисловим, зеленим, гастротуризмом тощо. Це підтверджує світовий досвід швидкого відновлення країн після масштабних конфліктів саме за допомогою активного розвитку туристичного напрямку (Боснія і Герцеговина, Хорватія, Ізраїль, Кіпр, Єгипет, Грузія), які слід враховувати і вітчизняному бізнесу та владі.

Серед заходів, спрямованих на активізацію та розвиток туризму після завершення бойових дій, які добре зарекомендували себе в світовій практиці відновлення, можна визначити наступні:

- відбудова історичних центрів міст, відкриття численних музеїв, наявність закладів гостинності і розміщення, які користувалися популярністю серед внутрішніх і іноземних туристів;

- проведення приватних виставок, що супроводжуються показом фото- і відеоматеріалів щодо подій конфлікту, проведення тематичних екскурсій містом;

- продаж сувенірів, пов'язаних із війною (гільзи, перетворені на ручки, брелоки, вази та ін.);

- здійснення пам'ятних заходів шляхом встановлення меморіалів і пам'ятників загиблим під час бойових дій або облоги міст;

- збереження локацій так званого «темного туризму» (пошкоджених кулями чи снарядами фасади житлових будинків) серед осередків відновлених культурно-історичних пам'яток і будівель;

- стимулювання розвитку рейсів бюджетних авіаліній, наявність дешевого житла, розвиток місцевих туристичних дестинацій та запуск спеціалізованих й індивідуалізованих турів, спрямованих на залучення іноземних інвестицій та ін.

Зауважимо, що саме розвиток внутрішнього туризму має стати одним із перших кроків до стимулювання розвитку зовнішнього туризму та надходження іноземних інвестицій. Як показав світовий досвід, найкраще соціалізують і повертають до життя подорожі по своїй країні. Так, у 1929 році під час Великої депресії у США, президент Рузвельт наголосив, що внутрішній туризм є одним із стратегічних напрямів виходу країни з кризи, підкресливши, що не можна бути патріотом своєї країни без її знання. Аналогічним прикладом є визнання туризму пріоритетною галуззю розвитку Іспанії під час Другої світової війни в 1944 році.

При цьому відсутність інфраструктури аж ні як не є перепороною для розвитку внутрішнього туризму. Так, у теорії продажів є два

основних поняття: пізнаваність і створення лояльності до бренду чи продукту. Україна володіє пізнаваністю, має власний туристичний бренд; потрібним є оновлення та підкріплення належних умови для підвищення затребуваності й посилення цікавості до вітчизняного туристичного продукту. Ураховуючи, що туризм є одною з найбільш експортних галузей та найбільш рентабельною сферою світового господарства, задля підвищення інвестиційної привабливості вітчизняного туристичного ринку досі є доречним дерегуляція бізнесового простору та створення сприятливої податкової системи.

Бібліографічний список:

1. Туризм. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/tourism/>
2. Smith V.L. War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*. 1998. Vol. 25, Issue 1, January. P. 202-227.
3. Visit Ukraine започатковує dark туризм Україною. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/715/visit-ukraine-zapuskaet-tury-v-razrusennye-voinoi-goroda-i-osnovyvaet-voenniy-turizm-po-ukraine>

УДК: 338.48

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Будник Ю.В., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сьогодні сільський туризм розвивається досить швидко, зростає і його популярність серед іноземних туристів. Цей вид туризму може мати позитивний вплив на збереження та розвиток сільських територій, що досягається за рахунок розвитку особистих підсобних господарств, розширення попиту на натуральні продукти харчування та розвитку культури і самобутності. Цей вид туризму може вирішувати соціально-економічні проблеми сільських територій, такі як зайнятість та підвищення рівня добробуту місцевих жителів і сприяти підвищенню конкурентоспроможності сільських територій [1, 5].

Поняття «сільський туризм» подібне до «екологічного туризму», але між ними є відмінності. По-перше, об'єктом екотуризму є дика природа, тоді як об'єктом сільського туризму є вторинні ландшафти, які

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка