

УДК 796.3.4.5

Дудник Ю.І.¹, Котляров Є.Є.²

¹ старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. Е-311 НУ «Запорізька політехніка»

ВПЛИВ ВІЙНИ НА СТАН ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ

Туризм – одна з тих галузей, яка найбільше постраждала ще під час пандемії COVID-19. Тоді через карантинні обмеження закрилися аеропорти, спорожніли готелі, впав попит на послуги турагентств. І щойно сфера почала оговтуватися від коронавірусу, повномасштабне вторгнення РФ в Україну знову завдало сильного удару туристичному бізнесу. Проте і за таких умов галузь намагається відроджуватися та планує майбутнє.

Війна в Україні вплинула не лише на український туризм, а й на ситуацію в Європі в цілому. Повномасштабне вторгнення Росії посилило і без того високі ціни на нафту та логістику, а також збільшило невизначеність європейців. Це у перші пів року великої війни призвело до перебоїв у подорожах всією Східною Європою.

За даними Всесвітньої туристичної організації, кількість авіарейсів через війну в Україні впала найбільше у таких країнах:

Молдова (-69%); Словенія (-42%); Латвія (-38%); Фінляндія (-36%); Чехія(-35%).[1]

Потенційні втрати світової туристичної економіки від війни оцінили у 14 млрд доларів. Водночас в Україні надходження від галузі до держбюджету скоротилися у 2022 році на понад 30%.

Менше податків у перший рік повномасштабної війни сплатили:

- Турбази, кемпінги, дитячі табори відпочинку (-57%);
- Туристичні оператори (-35%);
- Туристичні агенції (-27%).

За даними Державного агентства розвитку туризму, приріст надходжень на 46% був лише від діяльності пансіонатів та гуртожитків. Це пов'язано з тим, що у 2022 році їх використовували як тимчасовий прихисток для переселенців, які змушені були покинути свої домівки через бойові дії.[2]

У 2023-му році ситуація не стала кращою. У середньому галузь скоротилася на третину у порівнянні до початку 2022-го року: на 29% менше було сплачено податків за перші 3 місяці 23-го року, а також на 34% зменшилась кількість компаній у туристичній галузі [4].

Туризм в Україні все ж адаптувався до умов війни і поступово перелаштувався на інші формати. Тепер, замість іноземних туристів з ЄС чи Близького Сходу, у готелях розміщуються закордонні дипломати, громадські активісти, журналісти всіх світових видань та різноманітні волонтери. Скажімо, лише за 2022-й рік в Україну в'їхало майже 2 мільйони іноземців, з яких мільйон – уже під час повномасштабного вторгнення РФ.

Цікаво, що активні бойові дії не завадили хасидам святкувати Рош га-Шана в Умані у 2022 році. Так, 23 тисячі паломників все ж приїхали до міста, що вдвічі перевищило очікування влади. Для прикладу, під час пандемії коронавірусу у 2020 році на свято прибуло 2,5 тисячі, а у 2021-му – 30 тисяч [5].

Поновився частково і внутрішній туризм. Тут найпопулярнішими серед українців стали більш безпечні західні регіони України. Найбільше на відпочинок у 2023 році їдуть у Чернівецьку, Львівську та Закарпатську області. Водночас відчутне падіння доходів є на півдні країни — на Одещині, Миколаївщині, Херсонщині.

Готелі можуть побачити, з яких областей України до них у регіон найчастіше приїжджають туристи за допомогою геоаналітики від Київстар. Завдяки цьому підприємці можуть розробити акційні пропозиції для потенційних відвідувачів з урахуванням географічних особливостей. Також можна посилити свою рекламу у містах, звідки їде найменше гостей, та відкрити свою точку обслуговування у регіонах із найвищим попитом.

Щоб влучно комунікувати з наявними та потенційними клієнтами, варто скористатися таргетованими SMS- або Viber-розсилками. Вони дозволяють надіслати персоналізовану пропозицію окремим групам клієнтів. Отримувачів можна сегментувати за понад 100 критеріями, такими як вік, стать, переважна геолокація, тип девайса, наявність дітей, наявність домашніх тварин, інтереси, подорожі, стиль життя тощо.

Такі сучасні маркетингові інструменти допоможуть сформувати унікальні та влучні пропозиції для різних сегментів цільової аудиторії, а також запуснути рекламу для людей, які з найбільшою ймовірністю на неї відгукнуться. Ці кроки дозволять туристичному бізнесу продовжити роботу та знайти нових клієнтів попри складнощі воєнного часу [3].

Звичайно, відновлення життєздатності індустрії туризму повинно розпочатися з самих найменш постраждалих у наслідок війни регіонів. Завдяки цьому, може бути сформована первинна база з метою залучення туристів. Територіально розвиток туристичного потенціалу повинен гнучко підтримуватись фінансово і кадрово з огляду на динаміку звільнення територій.

Ключові завдання розвитку потенціалу військовоісторичного туризму в Україні формування комплексної державної програми підтримки розвитку військово-історичного туризму створення умов для залучення іноземних і місцевих інвесторів; використання усіх доступних каналів комунікації для поширення інформації про нові об'єкти військово-історичного, меморіального туризму надання цільової фінансової допомоги місцевим громадам для розвитку туристичної інфраструктури організація проектної роботи зі створення меморіального маршруту, який висвітлюватиме воєнні злочини Росії в Україні проведення реалізації подієвих проєктів на базі об'єктів військово-історичного туризму, з метою підтримання інтересу до них з боку внутрішніх та в'їзних туристів.

З урахуванням досвіду інформатизації туризму впродовж пандемії, окремі елементи стратегії розвитку потенціалу військово-історичного туризму можливо почати реалізовувати вже зараз у електронному форматі.

Мовлячи про відродження туристичної сфери у звільнених містах, мусимо наголосити, що всі проєкти, які пов'язані з подіями війни повинні в першу чергу стати частиною пам'ятного туризму нашої країни. Саме тому ми наголошуємо на важливості максимально широкого залучення урядових установ, громадськості, місцевої влади і спеціалізованих науково-дослідних центрів до вирішення питання етичності і економічного обґрунтування проєктів у сфері військово-історичного туризму.

Очевидно, що вздовж маршрутів туризму пам'яті неетичним та недопустимим є розміщення певних атракціонів, а при плануванні подієвого туризму неприйнятне зневажливе ставлення до пам'яток героїчної боротьби народу проти російської окупації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кузьміч І.С Екологічні наслідки війни та проблематика екологічного туризму в контексті повномасштабного вторгнення РФ. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2022/11/89.pdf>

2. Соціально-економічні та гуманітарні наслідки російської агресії для українського суспільства. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_Gum.pdf

3. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. URL: <http://ku-khsac.in.ua/article/view/265423>

4. History of Tourism in Croatia. URL: <https://www.find-croatia.com/history-tourismcroatia/>

5. Інтернет-видання. <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotu-yetsya-do-vidnovlennya>