

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

До 2010 року Україна налічувала близько 20 мільйонів іноземних відвідувачів на рік, переважно з росії та Східної Європи, згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН, що робило її восьмою найбільш відвідуваною країною в Європі. Але ця цифра різко впала до 12 мільйонів у 2014 році після анексії московію українського півострова Крим – одного з найпопулярніших туристичних регіонів країни – і подальшої підтримки сепаратистських повстанців у величезному східному регіоні Донбасу.

Буквально за пару тижнів до російського вторгнення в Україну, коли міжнародні ЗМІ вже відкрито обговорювали цілком реальний ризик повномасштабної війни, переважна більшість людей не вірила у ймовірність такого сценарію. Але 24 лютого 2022 року розпочалося повномасштабне вторгнення росії і кількість відвідувачів різко впала.

Все ще є внутрішні туристи, наприклад, у Карпатах, які стали притулком для тих, хто прагне втекти від стресу і руйнувань війни або відключень електроенергії через російські атаки.

Але там немає іноземних туристів - хоча постійний потік міжнародних делегацій, журналістів і неурядових організацій, які проїжджають через Київ і західний Львів, означає, що готельна індустрія там може більш-менш вижити.

З початком кризи туроператори, готельєри та ресторатори переорієнтували свою діяльність з туризму на підтримку військових. Індустрія гостинності використовує свою налагоджену мережу для забезпечення харчування та допомоги загонам самооборони. Інші допомагали біженцям втекти з небезпечних регіонів і покинути країну в пошуках безпеки за кордоном. Власники готелів у південних і західних регіонах організовували транзит і розміщення біженців.

Зрозуміло, що війна вбила весь туристичний бізнес. Наприкінці 2021 року було пристойне бронювання на 2022 рік, усі розраховували на хороший рік - раділі, що нарешті почалося відновлення після COVID-19.

До кризи туризм становив 2,0 відсотка економіки України, і повернути сектор на правильний шлях буде нелегко, оскільки він потребує значних інвестицій. Останніми роками Київ почав шукати нові ринки, такі як Саудівська Аравія та країни Перської затоки, завдяки безвізовому режиму та новим авіамаршрутам, і цю стратегію можна було б легко розширити.

Але зі зруйнованою залізничною мережею та знищеними історичними і культурними пам'ятками Україні доведеться зіткнутися з проблемою іміджу, який асоціюється з війною. Важливо показати наслідки цієї війни і воєнних злочинів, які скоїла росія. А коли війна закінчиться, настане час починати просувати інший образ України – образ хороброго народу, народу, який продовжує боротися, незважаючи ні на що. Війна стала каталізатором позначення єдиної культурної ідентичності для всіх українців перед обличчям одного ворога, що є дуже важливою складовою національного брендингу.

Туризм в Україні, безумовно, досить швидко відновиться після закінчення війни і виведення військ. Туристи повернуться, як тільки буде повністю безпечно. З'являться нові локації, адже інтерес до таких міст, як Буча, Ірпінь, Бородянка, Маріуполь, безумовно, буде. Єдине, що це буде не дуже скоро.

Міжнародний туризм буде одним з останніх секторів, який перезапуститься після закінчення війни в Україні. Відновлення інфраструктури, відновлення авіасполучення та зміцнення довіри буде необхідним для відновлення туризму в країні. Україна відродиться, як фенікс з попелу, після цих важких часів. І так, ми впевнені, що після цієї війни мільйони людей більше ніколи не запитають: «Україна? Де ця країна?».