

Окремим вагомим аспектом щодо важливості релігійно-паломницького туризму, як перспективного напрямку повоєнного українського туризму, варто зазначити матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури» у складі консультативно-дорадчого органу при Президентові України [7]. Так, розвиток туризму у повоєнний період приділяється значна увага та вже напрацьована візія розвитку та відновлення туристичної галузі у Проекті Плану відновлення України. Зокрема, акценти ставляться на реконструкції туристичної інфраструктури, розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, інституційного забезпечення суб'єктів туристичної діяльності та подальшому розвитку туристичного бізнесу.

Зважаючи на виклики та загрози, а також можливості сьогодення, для стимулювання місцевого розвитку необхідно ставити нові акценти та визначати фактори, що впливатимуть на сталий місцевий розвиток. Вважаємо релігійно-паломницький туризм може відігравати значну роль у сприянні сталому місцевому розвитку.

Через розвиток інфраструктурного облаштування релігійно-паломницьких маршрутів, а також окремих туристичних об'єктів мережі, кількість туристів буде збільшуватися, що позитивно впливатиме на місцеву економіку.

Підсумовуючи, зазначимо, що релігійно-паломницький туризм в Україні є недостатньо розвинутим. Проте, потребує дослідження та подальшого напрацювання практичних рекомендацій щодо можливості підтримки та розвитку на рівні територіальних громад задля розвитку як перспективного напрямку повоєнного українського туризму.

Література

1. Богданова Ж. А. Поняття та види туристичної діяльності в Україні. *Вісн. ЖДТУ*. 2012. № 4 (50). С. 194–197 (дата звернення 13.03.2023 р.)
2. Про туризм: Закон України від 16 жовтня 2020 року № 324/95-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Ситенька, К. І., Гринюк, Т. А. Релігійний туризм в Україні: духовна, паломницька та об'єднавча місія. Організація діяльності в індустрії туризму. Київ, 2019, 63 с.
4. Патійчук В. О. Функціональні особливості організації релігійно-паломницьких турів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. № 15 (316). С. 24–31.
5. Якубович Р. П., Патійчук В. О. Нетотожність понять «паломництво» і «релігійний туризм». Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: тези доп. XIII Міжнародної науково-практичної конференції аспірантів і студентів, м. Луцьк, 14–15 травня 2019р., С. 830–833.
6. Державна прикордонна служба України. Офіційний веб-сайт. URL: <https://dpsu.gov.ua/> (дата звернення 13.03.2023 р.)
7. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni> (дата звернення 14.03.2023 р.)

kalishl.y@gmail.com
Матвійчук Л. Ю.
д.е.н., професор

Жадько О. А.
аспірант
Луцький національний технічний університет, Україна

РОЛЬ УКРАЇНИ У ФОРМУВАННІ НОВОЇ КУЛЬТУРИ ПОДОРОЖЕЙ

Анотація. У дослідженні визначено місце України в глобальному туристичному ринку на основі аналізу індексу туристичної конкурентоспроможності. Наведено досвід сучасних, туристично розвинутих країн, які мали військові конфлікти на своїх територіях, доведено доцільність напрацювання алгоритму дій щодо розвитку туризму в регіонах у післявоєнний період.

Систематизовано сучасні тренди розвитку індустрії туризму та визначено доцільність формування об'єднань зацікавлених сторін у розвитку туризму та нової культури подорожей.

Ключові слова: конкурентоспроможність індустрії туризму, культура подорожей, туристичний ринок.

Сьогодні туристичний ринок України перебуває в складних умовах через війну, яку розв'язала росія. У багатьох регіонах України знищено значну кількість туристичних ресурсів та зруйновано туристичну інфраструктуру. Крім того, український туристичний ринок, як і глобальний ринок, зазнав деструктивного впливу через карантинні обмеження. Зазначене створює нові перешкоди нормальному розвитку туризму, в тому числі й на глобальному рівні. Така ситуація деструктивно впливає на розвиток туризму, проте Україна системно та впевнено рухається до перемоги, після якої показники в'їзного туризму значно зростуть, адже більшість іноземних туристів матимуть за честь відвідати нашу країну.

Досвід багатьох сучасних, туристично розвинутих країн, які мали військові конфлікти засвідчує, що у післявоєнний період показники в'їзного туризму значно зростають. Наприклад, Ізраїльсько-Палестинський збройний конфлікт триває десятиліттями, а Ізраїль й сьогодні продовжує співіснувати з Палестиною у стані війни. Незважаючи на це, індустрія туризму в Ізраїлі продовжує розвиватись, а частка туризму в економіці країни становить 6,2 %. Крім того, після завершення довготривалого збройного конфлікту в Боснії та Герцеговині, спостерігалось значне збільшення туристичних потоків [2]. Зважаючи на зазначене, регіонам України вже сьогодні потрібно здійснити відповідні кроки та напрацювати чіткий алгоритм дій щодо розвитку туризму в регіонах у післявоєнний період та популяризувати наявні унікальні туристичні продукти.

Серед наукових досліджень, присвячених питанням визначення місця України в глобальному туристичному ринку доцільно відмітити праці Барвінок Н. В., Вахович І. М., Винниченка І. І., Стойка В. С., Чепурди Л. М. та ін. У своїх працях науковці зазвичай розглядали питання впливу наявних факторів на стан і розвиток індустрії туризму та статистичні показники конкурентоспроможності досліджуваної індустрії. Проте формування чітких дій щодо посилення конкурентних переваг України на глобальному туристичному ринку в умовах впливу деструктивних факторів та залучення стейкхолдерів до процесу формування нової культури подорожей залишаються поза увагою дослідників.

Туристичний ринок як в Україні, так і у світі зазнав негативного впливу карантинних обмежень через пандемію. Проте, карантинні обмеження сприяли розвитку внутрішнього туризму в більшості країн світу. Зазначене підтверджується статистичними показниками туристичного збору в регіонах України. Наприклад, туристичний збір в Україні у 2021 року сягнув 244 млн грн, що більше на 86,8 % за аналогічний період попереднього року (130,6 млн грн) та на 20 % вищий за період 2019 року (196 млн грн). Лідерами за показниками туристичного збору в Україні у 2021 році були місто Київ (68 млн грн) та Одеська (26,8 млн грн), Львівська (23 млн грн), Київська (15,3 млн грн), Закарпатська (11,7 млн грн) області [1].

За офіційними даними Всесвітньої туристичної організації ООН, у 2020 році в Україні через карантинні обмеження на 88 % були скорочені міжнародні подорожі, у 2021 році показники в'їзного туризму в країну були також, у порівнянні з докарантинним періодом, від'ємні. Україну відвідували переважно гості з Європи, які подорожували з приватною метою, їхня кількість у 2020 році зменшилась до 3,127 млн осіб, а витрати на мандрівки до України скоротились до 317 млн дол. у приватних поїздках і до 57 млн дол. у ділових поїздках. Кількість в'їзних туристів в Україну скоротилась до 11,773 тис. осіб у 2020 році та у збільшилась на 26,3 % у 2021 році (4,271 млн осіб). Щодо виїзного туризму, у 2021 році кордон перетнуло 14,7 млн українців. На жаль, в Україні переважає виїзний туризм і свого піку він досяг після військового вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року. Сьогодні Україна стала потужним брендом у світі, наша країна здивувала весь світ та продовжує надихати, дивувати та об'єднувати.

Динаміка показників конкурентоспроможності індустрії туризму України демонструє низькі позиції. Наприклад, у 2019 році в Україні спостерігався середній рівень розвитку індустрії туризму в порівнянні з попередніми роками. Останнім часом відбувалося зниження показників глобального індексу конкурентоспроможності індустрії туризму України (103 місце у 2019 році на противагу 77 місцю у 2009 році). За звітний період країна продемонструвала низькі показники, а саме: бізнес-середовище — 103 місце, безпека — 107 місце, екологічна стійкість — 114 місце, та стан природних ресурсів — 116 місце [3].

Місце України у світовому рейтингу «Туристичної конкурентоспроможності» у 2021 році представлено на рис. 1.

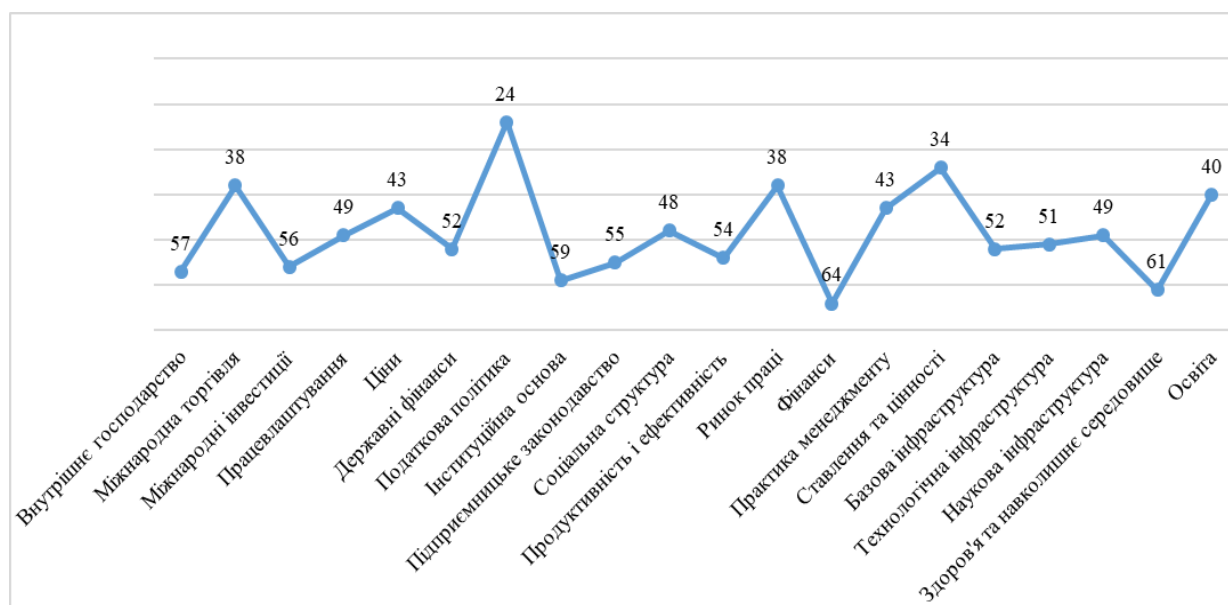


Рис. 1. Місце України у світовому рейтингу «Туристичної конкурентоспроможності» у 2021 році

Україна дуже скромно виглядає на світовій туристичній арені. Запропонований профіль України у світовому рейтингу туристичної конкурентоспроможності має відношення до 64 країн. Наприклад, наша країна за індексом «фінанси», у 2021 році посіла найнижче місце (64 позиція) та 61 позицію за індексом «здоров'я та навколишнє середовище». Проведений аналіз стосується переважно ділового туризму, проте визначає місце України в глобальному туристичному ринку та дозволяє визначити основні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності індустрії туризму в світовому просторі.

Підвищення рівня конкурентоспроможності індустрії гостинності в регіонах України та подолання наявних деструктивних факторів доцільно здійснювати шляхом об'єднання зусиль усіх стейкхолдерів індустрії туризму. Зміст і значення об'єднань зацікавлених сторін у розвитку індустрії туризму полягає у:

- формуванні комплексних туристичних продуктів у регіонах;
- розширенні асортименту туристичних продуктів і послуг;
- підвищенні рівня якості сервісу туристичних послуг;
- позиціонуванні та брендингу України на глобальному туристичному ринку;
- раціональному використанню наявних туристичних ресурсів та відбудові знищеної або пошкодженої туристичної інфраструктури через військову агресію росії в Україні.

Систематичні та злагоджені дії об'єднань стейкхолдерів туризму дозволить сформувати та популяризувати національний та регіональні туристичні продукти, створювати позитивний туристичний імідж регіонів України, як атрактивних територій індустрії туризму. Крім того, формування якісних туристичних продуктів та послуг сприятиме, після перемоги, збільшенню туристичних потоків до регіонів України.

Крім того, доцільно розглянути сучасні тренди розвитку індустрії туризму. Так, згідно досліджень Всесвітньої туристичної організації ООН, останнім часом відбулися такі зміни в індустрії туризму:

- значний розвиток внутрішнього туризму — у зв'язку з карантинними обмеженнями та іншими деструктивними факторами, туристи все частіше обирають для відвідування місцеві туристичні дестинації, які знаходяться порівняно не далеко від місця проживання;

- підтримка регіональних туристичних продуктів та розвиток локальних брендів — сучасні туристи плануючи свої мандрівки, все частіше обирають культурний відпочинок на основі автентичності та екологічності;

- популярність відкритого простору у вигляді різних видів спеціалізованого туризму (сільського, зеленого, гірського тощо) — в сучасних умовах надзвичайно актуальним є питання усамітнення та соціальної дистанції;

- збільшення середньої тривалості мандрівок і відповідне зростання обсягу витрат на подорожі — останніми роками спостерігається збільшення тривалості мандрівок сучасних туристів.

Проведений аналіз місця України в глобальному туристичному ринку засвідчив доволі скромні позиції нашої країни в порівнянні з європейськими сусідніми країнами. Ретроспективний аналіз індексу конкурентоспроможності індустрії туризму України засвідчив низькі конкурентні переваги у порівнянні сусідніми країнами. Міжнародний досвід туристично розвинутих країн, які пережили військові конфлікти засвідчив, що кількість туристів після закінчення військових дій значно збільшується. Зокрема досвід Ізраїлю доводить що туризм можна розвивати перебуваючи в стадії конфлікту з Палестиною. Визначено що частка туризму в економіці Ізраїлю становить 6,2 %. Доведено що сьогодні Україна стала потужним брендом на глобальному рівні, яка надихає, дивує своєю незламністю, об'єднує небайдужих та на основі цього задає тренд та формує нову культуру подорожей.

Таким чином, уже сьогодні доцільно об'єднати зусилля усіх стейкхолдерів індустрії туризму та напрацювати чіткий алгоритм дій щодо посилення конкурентних переваг України на глобальному туристичному ринку з метою формування нової культури подорожей. Доцільно раціонально використовувати наявні туристичні ресурси та системно відбудувати знищену роцією інфраструктуру туризму, на основі кращих світових практик та розроблених сучасних стандартів якості, що гарантуватиме безпеку.

Література

1. Вахович, І. М., Матвійчук, Л. Ю., Смаль, Б. А. (2022). Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних переваг. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 6 (41). С. 494–502.

2. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. January 2022. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2022_01.pdf.

3. Матвійчук, Л. Ю., Лепкий М. І. Смаль, Б.А. (2022). Конкурентоздатність індустрії туризму Волинського регіону в умовах війни. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. К.: Геопринт. С. 20–23.

h.mykhailichenko@knute.edu.ua

Михайліченко Г. І.

*д.е.н., професор кафедри туризму та рекреації
Державний торговельно-економічний університет*

dvorskaya79@gmail.com

Дворська І. В.

*здобувач ступеню доктор філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент»
Державний торговельно-економічний університет*