

Дудорова Л.Ю., д.п.н., професор, Птіцин В.С., студент
Київський національний університет технологій та дизайну

ТЕОРІЯ ТА РЕАЛІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм як багатогалузеве і багатофункціональне явище - феномен характеризується найвищим ступенем еластичності від природних (екологічних), загальноекономічних, соціальних і політичних змін у будь-якій країні – потенційній дестинації. Разом з тим з початку ХХІ століття і до сьогодні прогнозування розвитку туризму ускладнюється у зв'язку з невизначеністю зовнішнього середовища [2].

Складність ситуації в туристичному секторі національної економіки України полягає в тому, що підприємства на сьогодні перебувають під негативним впливом комплексу чинників мега-, макро- та мезосередовища, непередбачуваних за своїм характером. Це потребує постійного моніторингу ситуації, вивчення методологічних основ і запровадження заходів з формування передумов зменшення сили впливу негативних чинників, ринкових досліджень змін геопросторових векторів туристських потоків з метою швидкого реагування щодо задоволення відкладеного платоспроможного попиту споживачів, розроблення стратегічних заходів відновлення і розвитку туристичної діяльності підприємств на засадах сталого розвитку.

Затяжна фінансово-економічна та політична криза (революція 2014 року, анексія Криму, воєнні дії на сході України) зумовили ситуацію суттєвого зменшення обсягів діяльності та значної втрати туристичного потенціалу країни. За оцінками експертів Асоціації лідерів туристичного бізнесу розмір втрат українського туризму з початку 2014 року складає 70-80%, значна частка якого пов'язана з переорієнтацією попиту громадян України, що відпочивали в Криму на інші регіони південної частини материкової України (Миколаївська, Херсонська та Одеська області), а також Єгипет, Грузію і Болгарію. З початку

2014 р. стрімко зменшився туристський потік в українську столицю – на 35-40%, у загальній структурі якого 50% - туристи з країн Європи та 30% – з Росії.

Дослідження свідчать про те, що політична та соціально-економічна нестабільність не однозначно впливає на тенденції розвитку туристичних підприємств. Результати аналізу свідчать, що туризм швидко відновлюється, дво-трирічні спади є нетиповими, позитивна динаміка вже може бути на наступний після кризового рік, що свідчить про надзвичайну стійкість туристичного попиту, який коливається під дією загрози безпеки (1991, 2001, 2003, 2009 рр.), уразливістю перед шокowymi ситуаціями (2010 р.) та пов'язаним з цим збільшенням вартості турів.

За прогностичними показниками, найближчими роками погіршення ситуації на туристичному ринку може відбуватися через: безробіття, повільні темпи зростання економіки на основних направляючих ринках, особливо в Європі та США; скорочення заходів зі стимулювання ринку; постійне збільшення розміру оподаткування, що призводить до додаткового тиску на сімейні бюджети; досвід попередніх пандемій; ціни на енергоносії, які продовжують збільшуватися.

Позитивними чинниками, які спонукатимуть до покращання ситуації, є: зростання впевненості бізнесу та споживачів, відновлення, яке настає після різкого спаду та перехід на новий життєвий цикл за «новими» правилами ведення бізнесу (перехід на інший рівень спіралі (за Меншем), що супроводжується «духом співробітництва та партнерства, породжених кризою і будуть збережені зацікавленими сторонами» (UN WTO); гнучкість у реагуванні на швидкі зміни попиту (запровадження логістичних концепцій «just in time» та «quick response» з метою здешевлення вартості туристичного обслуговування); нестабільна кон'юнктура ринку, яка зробили його сильніше.

Компаративний аналіз профілів національного туризму в країнах, що пережили аналогічну кризу, свідчить, що в Україні існують передумови

відновлення та поступового виходу туристичних підприємств на етап життєвого циклу «стабілізація» і «зростання» [1].

У доповіді Комітету з відновлення сфери подорожей та туризму ЮНВТО на WTM (Лондон) в 2002 році зазначено, що туризм, крім здатності до адаптації та виживання, незвичайною здатності чинити опір та долати кризи, слугує каталізатором для туріндустрії, який самореорганізовується шляхом ліквідації перешкод, неефективних елементів у структурі [3].

Проблеми та виклики, які постали перед сферою туризму в поточній соціально-економічній ситуації України, потребують їх вирішення шляхом розроблення на найближчу перспективу програми дій (стратегії) учасниками туристичного ринку на платформі державно-приватного партнерства. Стратегія (дорожня карта) повинна бути спрямована на активізацію внутрішнього та в'їзного туризму в Україні. Вона може бути реалізована у три етапи, що охоплюють комплекс заходів економічного, юридичного та адміністративного впливу.

Література

1. Герасименко В.Г. Концепція сталого розвитку туризму: етапи становлення і сучасний зміст / В.Г. Герасименко // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: зб. наук. праць. – 2007. – Вип. 1. – С. 17-23.

2. Миронов Ю.Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні / Ю.Б. Миронов // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.11. – С. 117-122.

3. Туризм после 11 сентября 2001 г.: анализ, восстановительные меры и перспективы // Отдел исследования рынка и продвижения туризма. ВТО. Мадрид, 2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>