

*К. В. Кондратюк, Т. А. Гринюк  
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова  
kondratukkristina2@gmail.com*

## **ПРО ДОЦІЛЬНІСТЬ ПРІОРИТЕТНОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ**

На даний момент можна сміливо зауважити, що туризм в Україні знаходиться на зростаючій стадії розвитку. Звичайно, дев'яності роки двадцятого століття виступили відправним моментом та дали позитивний поштовх розвитку галузі. В той же час, рекреаційно-туристичний потенціал України спроможний забезпечити значно вищі темпи зростання даного виду діяльності. На розвиток туризму в нашій країні впливає величезна кількість факторів, зокрема, політична ситуація, розвиток демократії, ріст економіки, туристичний імідж держави та інші. У туристичному бізнесі нашої країни є всі передумови для розвитку галузі, а саме: історичні, географічні, природні, економічні та соціально-демографічні[2]. Туризм є важливою галуззю економіки України і матиме змогу приносити ще більший дохід, лише в разі раціонального підходу до використання туристсько-рекреаційних ресурсів. Зважаючи на останні події в країні, чітко прослідковується тенденція до зменшення туристичних потоків в державу, саме в період активних бойових дій 2014-2016 рр. В Україні гостро стоїть питання, як можна й надалі розвивати міжнародний туризм враховуючи «певні особливості» в державі, які головним чином впливають на туристичний імідж. Це питання є одним з найважливіших у формуванні ринку праці туризму. Важливо розуміти як можна покращити туристичний імідж України в таких непростих обставинах та незважаючи на труднощі удосконалювати сферу розвитку туризму[2,3].

Україна є адресатом у міжнародному туризмі, вона ще знаходиться на стадії розвитку і налагоджувати зв'язки потрібно у першу чергу з економічно-розвиненими країнами-сусідами, саме в цей складний час

ідеальним варіантом запозичення досвіду звичайно, є Польща. Ця країна є важливим суб'єктом на ринку міжнародного туризму тому, що більшість поляків є туристами в різних країнах світу.

В час коли в Греції були неспокої, а в Тунісі відбувалися теракти на польському телебаченні демонстрували відеоролики, як захистити себе від небезпеки в цих же країнах. При цьому агітували не відмовлятися від відпочинку. Така пропаганда була спрямована на збереження позитивного туристичного іміджу цих країн[4]. Виникає запитання, чому Київ не зробив нічого щоб переконати поляків та інших європейців у перевагах відпочинку в Україні. У попередні роки, під час підготовки до Євро-2012 наша держава зробила великий стрибок у розвитку туристичної інфраструктури. Туристичний Львів зараз виглядає не гірше за Прагу чи Краків. Панують також гарні відгуки туристів про відпочинок у Закарпатті. Проте не у всіх виникає бажання туди поїхати, адже на Україні війна! Якщо побоювання поляків щодо відпочинку на Азовському морі цілком зрозумілі (в силу близькості до зони АТО), то такі думки туристів про захід України і справді дивують. Проте відомо польські туристи – схильні ризикувати й охоче відпочивають у «проблемних» місцях. Отже теза: «доки не закінчиться війна, вони боятимуться приїжджати до України», не є абсолютно правдивою. Саме поляки першими почали масово відвідувати у 1992 році Хорватію. В той час, на території цієї країни і в сусідній Боснії, за кількадесят кілометрів точилася війна. На такі явища вплинула вигідна цінова пропозиція, відносно співвідношення природних умов і рівня обслуговування. Тоді виникає питання, чому ж вони не приїждять до України? Відповідь цілком проста. Досить послухати аргументи туристів, які повертаються з Єгипту, Тунісу чи Греції. В цих державах просто не можуть собі дозволити, щоб туристи почувалися в небезпеці. Отже, забезпечення комфорту для відпочиваючих – абсолютний пріоритет, адже втратити туристів під час фінансової кризи було би катастрофою. Так говорять більшість польських туристів. Однак, не варто опускати такий

фактор, як ЗМІ тому, що інформаційна політика є важливим чинником позитивних зрушень у туристичній діяльності.

Саме зараз в якості досвіду як поводитись надалі Україні може допомогти приклад Ізраїлю, що від самого початку свого існування перебуває у стані війни і постійної загрози від сусідів. Проте він розвиває не лише економіку, а й туристичну галузь. Туристи їдуть туди попри небезпеку. Так само з Україною: можна припустити, що конфлікт у Донбасі трітимає ще певний час, проте на Азовському та Чорному морі відпочиватимуть туристи.

Постає завдання: привабити в Україну туристів. На наше переконання потрібно: по-перше, офіційна Україна має вирішити що від неї самої в цьому плані залежить. По-друге, у Польщі й інших країнах слід відкрити національний офіс українського туризму. По третє, головне – виділити кошти на проведення рекламних компаній. Надалі слід визначити, що саме хочемо рекламувати і який імідж України як туристичного адресата будемо створювати. В теорії продажів у туризмі є два основних поняття: впізнаваність і створення лояльності до бренду чи продукту. Впізнаваність України вже є, потрібні умови, щоб наш туристичний продукт став цікавим і затребуваним.

Отже, аби досягти успіху слід докласти спільних зусиль для розв'язання проблеми. Це мають бути не лише викладені на папері думки законодавців з приводу того, якою б вони хотіли бачити галузь туризму у майбутньому, а й конкретні дії з боку інституцій держави, фахівців галузі та свідомого українського суспільства. Спільні зусилля мають неодмінно забезпечити успіх реформи галузі туризму та популяризацію України не лише найближчим сусідам, а й європейському та світовому туристопотоку.

## Список літератури

1. Гудзь П.В. Економічна ефективність використання природних рекреаційних ресурсів // Регіональна економіка. - 2000. - № 4. - С.148-155.
- 2.Євдокименко В. Регіональна політика розвитку туризму. — Чернівці: Прут, 1996.
- 3.Мальська М.П.,Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник.- Київ: Центр навчальної літератури, 2004.- 272с.;
- 4.Савченко І. А. Вплив тероризму та військових дій на міжнародний туризм [Електронний ресурс] / І. А. Савченко // Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/05/06/вплив-тероризму-та-військових-дій-на-м/>.