

УДК 338.48(477)

**Андрій Панасюк**

студент II курсу спеціальності «Туризм»

*Науковий керівник***Наталія Бунтова**

канд. екон. наук, доцент

професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу  
Київський національний університет технологій та дизайну

## ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Значення туризму в сучасному світі визначається тим, що суб'єкти підприємницької діяльності у сфері туризму сприяють розвитку економіки і зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, а також є вагомим джерелом валютних надходжень країни.

Туристична сфера вважалася одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку багатьох країн. Позитивна динаміка спостерігалася вже десять років поспіль, особливо на європейському континенті. Проте пандемія гострої респіраторної хвороби COVID-19 в 2020–2021 роках мала негативний вплив на розвиток туристичної галузі. Заходи соціального дистанціювання призвели до значного падіння споживання туристичних послуг. Спад туризму та обмеження, пов'язані з переміщенням людей через кордони, призвів до занепаду.

Натомість в Україні останні роки туристична галузь розвивалася та фінансувалася ситуативно. Попри світові тенденції, частка туризму в загальній економіці України за оцінками Європейського банку реконструкції та розвитку складає 3–4% ВВП, а туристичне сальдо поїздок є негативним.

Виникають закономірні питання щодо основних причин низької популярності України для внутрішнього та іноземного туризму, та її недостатньої спроможності до конкуренції порівняно з іншими країнами.

Відповіді на ці питання лежать у площині необхідних позитивних зрушень у різних галузях економіки, оскільки туризм стосується багатьох аспектів економічної та соціальної діяльності людини. Недостатньо просто підвищити якість сервісного обслуговування, якщо транспортна інфраструктура нерозвинена. А розбудова транспортної інфраструктури сама по собі буде мати неістотний вплив.

Туризм є комплексним явищем і потребує системного підходу та сталого довготривалого покращення ситуації в цілому ряді сфер, які впливають на рішення потенційного мандрівника щодо вибору місяці для відпочинку та подорожей.

Хоча в країні існують усі історичні, географічні, природні, економічні передумови для розвитку внутрішнього туризму, потрібно визнати, що на сьогодні Україна є недостатньо популярною на світовому туристичному ринку.

Сучасними тенденціями в розвитку туристичного ринку в межах України є:

- розвиток інформаційних технологій в туризмі;
- зростання самоорганізованих подорожей;
- розробка туристичних продуктів за видами потреб туристів (наприклад «зелений» туризм, освітній, гастрономічний тощо).

Україна має значний рекреаційно-туристичний потенціал: кліматичні ресурси, різноманітні рельєф та ландшафти, багату культурно-історичну спадщину, проте досить обмежену туристичну інфраструктуру в більшості регіонів України.

На даний час, в світовому туризмі з'явилися нові види туризму: гастрономічний туризм, дегустаційні тури, дієтичні, шопінг-тури, тури-детокс, серф-тури (у які туристи відправляються тільки для того, щоб навчитися серфінгу) та інші. У структурі попиту відбувається зсув пріоритету зі «стандартних» турів (таких як, пляжний відпочинок) на користь спеціальних програм індивідуального туристичного обслуговування. Особливу популярність здобувають екстремальні подорожі: на повітряній кулі, виживання у джунглях, експедиції в Арктику, на Камчатку та інші.

Дослідницька компанія Tourism Control Intelligence відзначає, що вже найближчим часом Антарктида стане значним центром екотуризму: будуть побудовані готелі, ресторани й інші об'єкти інфраструктури.

Зростає популярність подієвого туризму – поїздки на півний фестиваль, рок-концерт відомої групи, футбольний або тенісний турнір. Особливо актуальним є цей тренд для України, тому що сума відвідування концерту усередині країни з гарним місцем у залі або на стадіоні цілком порівнянна з поїздкою з тією же метою, приміром, у сусідню Чехію або Польщу, а вражень більше.

Таким чином, врахування визначених тенденцій розвитку туризму, розроблення брендів з використанням запропонованих концепцій та дотримання належних заходів протиепідемічного захисту дозволить активізувати підприємницьку діяльність, задовольняючи платоспроможний попит споживачів туристичних послуг.

*Ключові слова:* туризм, пандемія, туристичний ринок, туристична інфраструктура, екотуризм

### Список використаних джерел

1. Офіційна Інтернет-сторінка Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/>
2. Офіційна Інтернет-сторінка Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>