

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(9–10 травня 2024 року, м. Львів)

За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2024

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Мирослава Стадник

кандидат економічних наук, доцент

ВНЗ «ПрАТ «Львівський інститут менеджменту» (Україна)

Наталія Даниленко

кандидат економічних наук, доцент

ВНЗ «ПрАТ «Львівський інститут менеджменту» (Україна)

Світлана Ковалик

старший викладач

ВНЗ «ПрАТ «Львівський інститут менеджменту» (Україна)

Україна має значний потенціал для розвитку ринку туристичних послуг, що завдяки ефекту мультиплікативності сприяє розвитку транспорту й зв'язку, галузей промисловості, сільського господарства, будівництва, сфери послуг, забезпечує зростання добробуту населення.

Широкий спектр впливу туристичних послуг обґрунтовується їх різноманітністю. Зокрема, Т.І. Каткова виокремлює серед них транспортування туристів від місця їх проживання (країна) до тимчасового місця (країна) і назад; послуги харчування (ресторани, кафе, бари); екскурсійне обслуговування (послуги перекладача й гіда); рекламні послуги (туристичні маршрути, транспортні засоби та місця проживання); туристичні й культурні потреби (екскурсії, театри, концертні зали, музеї, галереї, історичні й культурні пам'ятки, тематичні парки, парки розваг, заповідники, фестивалі, спортивні заходи та візити тощо); задоволення потреб бізнесу й науки (конгреси, конференції, симпозіуми, зустрічі, семінари, фестивалі, виставки тощо); інформаційні послуги; засоби комунікації (інтернет, міжміські й міжнародні зв'язки, факс та інші засоби зв'язку); інші послуги (паспорт і віза, страхування, послуги гідів та ін.); брокерські послуги; побутові послуги (ремонт одягу й взуття, оренда авто тощо); спортивно-оздоровчі об'єкти (спортивні споруди, ліцензії на полювання та ін.); природна, історична й культурна спадщина; туристичне страхування та медичне обслуговування [1, с. 161]. Попри все, зазначені послуги становлять переважно майже 50 % від загальних витрат туристів. Ще 30 % припадає на придбання додаткових туристичних послуг, а 20 % займає придбання сувенірів і подарунків [2].

Донедавна важливою загрозою розвитку ринку туристичних послуг була недостатня їх якість. Адже за кордоном наші громадяни й іноземні туристи мали змогу отримати послуги кращої якості за ті ж кошти.

Ринок туристичних послуг в Україні донедавна досить динамічно розвивався: спостерігались роки злетів і падінь в окремі роки. У 2004 році значно скоротилася чисельність внутрішніх туристів, мабуть, через наростання незадоволеності населення умовами суспільного життя й падіння добробуту. У 2009 році економічна криза знову призупинила розвиток туристичного ринку і внутрішнього, і зовнішнього. Спочатку Майдан (Револуція гідності), а потім початок антитерористичної операції в 2014 році стали ще однією перешкодою успішного розвитку ринку туристичних послуг. Тоді поширився COVID-19 у 2020 році, закрилися кордони між країнами, а подекуди й між областями країни, через що не могло бути і мови про подорожі ближні і дальні (рис. 1).

У результаті починаючи від 2021 року дані про розвиток туристичного ринку перестали відображати в статистичній звітності, а початок повномасштабного вторгнення Росії на нашу територію 24-го лютого 2022 року остаточно поставив «на паузу» розвиток сфери туризму. Люди масово покидали свої домівки, рятуючи своє життя й життя своїх рідних; території, які зазнають постійних обстрілів стали небезпечними для життя; бажання подорожувати й не виникає. Якщо і надаються на теперішній час в Україні певні туристичні послуги, то це переважно на заході країни. Також важко фіксувати перетин кордону через певну його «відкритість» тепер і «умовну» фіксацію причин виїзду – в'їзду через український кордон.

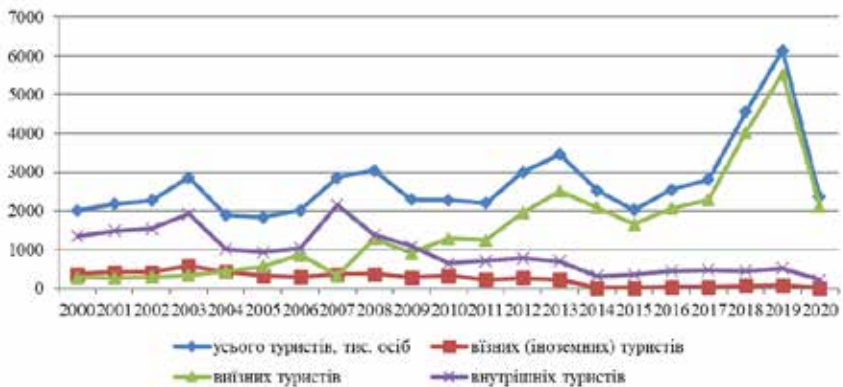


Рис. 1. Динаміка чисельності туристів в Україні, тис. осіб*

*Джерело: [3].

За таких умов частина туроператорів закрилася, дехто переорієнтувався на інші туристичні ринки. В областях, більш віддалених від фронту, туроператори намагаються проводити екскурсії в містах чи на невеликі відстані. Зросла популярність «релігійних» екскурсій місцями паломництва до релігійних святинь. З'явилася потреба у фахових екскурсоводах, які мають психологічну підготовку й здатні не лише розповісти про культурну спадщину свого краю, але допомогти людям відволіктися від важких думок, відпочити морально.

По завершенні війни ринок туристичних послуг розвиватиметься з новою силою, оскільки зріс інтерес іноземців та наших громадян до історії та культурної спадщини України.

Список використаних джерел

1. Каткова Т. І. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Економічна. Юридична*. 2021. Вип. 30. С. 159–164.
2. Сокол Т. Г. Основи туризмознавства: навч. посіб. Київ: Слов'янський дім, 2006. 76 с.
3. Державна служба статистики України.
URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>