

**Тебенко В. М**  
кандидат економічних наук, доцент  
**Тебенко І. І.**  
студент  
Таврійський ДАТУ імені Д. Моторного  
м. Запоріжжя, Україна

## **ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ ВІДНОВЛЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

Інновації та новітні інформаційні технології стають беззаперечно визначальними факторами для конкурентоспроможності сфери туризму. Успіх туризму зумовлений тим, що він оснований для задоволення постійних прагнень людини пізнати навколишній світ. Це пізнання світу дозволило покращити в багатьох країнах життєвий рівень населення, розвиток транспортної інфраструктури, інформаційних технологій. Для багатьох людей туризм уже не розкіш, а природна необхідність.

Україна має надзвичайно вигідне географічне розташування, розвинену транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними ресурсами та історико-культурними пам'ятками, має багату національну кухню. Забезпечити високу віддачу від потужного туристичного потенціалу країни, ефективно його використання в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за умов чіткої організації туристичної діяльності, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази з активним використанням інноваційних технологій, залученням досвідчених і кваліфікованих кадрів.

За даними Державного агентства розвитку туризму за перше півріччя 2021 року, можна відмітити ріст кількості відвідувачів до України на 9% в порівнянні з другим півріччям 2020 року. За цей рік Україна прийняла півтора мільйони осіб з різних країн, однак цей показник на 31% менше в порівнянні з аналогічним періодом минулого року (тоді кількість іноземців в Україні становила 2 млн) та на 75% менше за показник аналогічного періоду 2019 року, коли кількість іноземних гостей досягла майже 6 мільйонів. Спостерігався значний приріст відвідувачів за другий квартал 2021 року, їхня кількість в 4 рази перевищила кількість осіб, прийнятих за відповідний період 2020 року і сягнула 3,4 млн.[1]

Пандемія Covid-19 зіграла вирішальну роль в зменшенні кількості подорожей за кордон для людей у всьому світі, та, зокрема, в Україні. Однак така ситуація стала поштовхом для відкриття нових туристичних ринків, переосмислення туристичних маршрутів та стрімкого розвитку внутрішнього туризму. У 2020 року Державним агентством розвитку туризму був запущений проект «Мандруй Україною», мета якого – популяризувати внутрішній туризм. Також для популяризації туризму в Україні створений туристичний портал [discover.ua](http://discover.ua) за підтримки Google у рамках кампанії "Цифрове перетворення України". На сайті українці й іноземці мають можливість здійснити віртуальну подорож туристичними місцями України, отримати необхідну інформацію під час планування поїздки.

Молодь найшвидше адаптувалася до усіх змін, пов'язаних із пандемією. Саме вони із позитивним поглядом на реальність, демонструють готовність подорожувати попри обмеження та бронюють обрані місця для відпочинку в основному онлайн. Невіддільним інструментом сучасної реклами стали соціальні медіа та цифровий маркетинг.

За даними звіту результатів опитування - абсолютна більшість громадян скоріше або повністю задоволені різними аспектами своєї останньої подорожі Україною в 2021 році. Особливо це стосується загального емоційного відчуття від візиту, яким задоволені 91% опитаних, гостинності жителів (89%), якості харчування (88%), безпеки перебування (86%) тощо. Серед тих громадян, які мають конкретні претензії, порівняно частіше лунали згадки про погані дороги (22 %), забрудненість навколишнього середовища (12 %) та високу вартість і низьку якість більшості послуг (9 %) [2].

Але, як було виявлено – більша частина українців (62% усіх опитаних) не подорожують Україною. Це відбувається насамперед через брак коштів і фінансові обмеження (61% тих, хто не подорожує), а також через брак часу (42% тих, хто не подорожує) за станом здоров'я (11 %). Фінансові обмеження є більш вагомим причиною не подорожувати для жінок і літніх людей (передпенсійного та пенсійного віку), разом з тим часу на подорожі не вистачає частіше чоловікам і українцям молодого та середнього віку.

Початок повномасштабного вторгнення змусив українців майже повністю забути про туризм. Замість подорожей поїздки за кордон стали вимушеними.

По оцінкам Державного агентства розвитку туризму надходження до державного бюджету від туристичної галузі через війну скоротилися майже на 26%. Загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, за перше півріччя війни в середньому скоротилася на 17%. При цьому зафіксовано, що кількість юридичних осіб зменшилася на 24,5%, а фізичних - на 13,5%. [3]

Важливим напрямом післявоєнного відновлення України буде спроможність України реалізувати масштабну маркетингову кампанію на зовнішніх ринках, що змінить сприйняття нашої країни з місця бойових дій на безпечні привабливі локації для подорожей. Програми майбутнього відновлення країни обов'язково повинні охоплювати сферу туризму, що дозволить Україні стати популярним напрямком для подорожей.

### **Література:**

1. Туристична статистика URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya> (дата звернення 15.10.2022)
2. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення 15.10.2022)
3. Податки від туристичної галузі URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/chez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na-26> (дата звернення 2.11.2022)