

Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України

Вживання малого бізнесу є необхідною умовою для відновлення економіки країни після кризи. За даними Мінекономіки, у 2019 році частка малих та мікропідприємств у національному ВВП становила 16%, а разом з середнім бізнесом – 55%. Малий бізнес – це тисячі робочих місць, основа для регіонального розвитку та формування міцного середнього класу.

Ряд міжнародних організацій, зокрема МВФ, Всесвітній банк, ОЕСР, опублікували свої економічні прогнози щодо наслідків кризи COVID-19 для світової економіки, серед яких найактуальнішим і найповнішим є звіт МВФ, опублікований у квітні 2020 року. Згідно з цим звітом, у 2020 році прогнозується падіння ВВП в Україні до рівня 7,7 %, при цьому рівень безробіття сягне 10 %. Очікується зниження рівня інфляції у 2020 році як в Україні, так і в усьому світі. За оцінками звіту, як Україна, так і решта світу, зможуть відновити свій економічний стан уже у 2021 році, проте повністю компенсувати негативні наслідки, завдані у 2020 році, неможливо. Прогнозується, що міжнародна економіка зможе досягти стану 2020 року тільки у 2022 році. Ряд експертів очікує, що відновлення відбуватиметься за V-образним сценарієм, який передбачає продовження ситуації у стані «як є». Це стосується як всесвітньої економічної моделі, так і економічних відносин між країнами. Саме такий сценарій для України прогнозує регіональний провідний економіст ЄБРР Дімітар Богов, який робить ці висновки, зважаючи на фінансові реформи, нещодавно введені Україною, а також на відносно невелику частку туризму в економіці країни. Інші ж, однак, прогнозують більш тривалий період кризи та навіть рецесію зі значними соціальними наслідками, які, у свою чергу, можуть призвести до вагомих змін у соціально-економічній моделі світу [1].

Туризм є одним із тих секторів всесвітньої економіки, що постраждав найбільше у зв'язку з обмеженнями на пересування, а особливо складна ситуація склалася в авіаційній галузі.

Частка туризму в загальній економіці України є темою поглиблених дискусій і складає, згідно з офіційною статистикою, близько 3–4% ВВП, що значно нижче міжнародного середнього показника (який дорівнює 10%). Відтак туризм практично не береться до уваги при формуванні економічної політики на національному рівні. Однак останні дані від міжнародних структур (перш за все Всесвітньої туристичної організації ООН, ЮНВТО) підтверджують власні розрахунки внутрішніх експертів, які визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України. Це дає підстави вважати цей показник набагато важливішим для української економіки, аніж раніше.

В Україні сьогодні спостерігається значне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого періоду відновлення впродовж 2021 року. На відміну від країн, де уряди моментально відреагували на необхідність мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19, узявши за основу два загальних підходи з опанування ситуації: перший підхід направлений на забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу, а другий – на відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань.

Про адаптацію бізнесу в Україні та за кордоном до умов карантину обговорювали на міжнародній онлайн-конференції “Відновлення місцевої економіки”. Конференцію організувала Програма Агентства США з міжнародного розвитку USAID “Децентралізація приносить кращі результати та ефективність” (DOBRE) за сприяння європейського відділення Міжнародної Асоціації менеджерів міст ICMA Europe, польського Фонду розвитку місцевої демократії, Програми “U-LEAD з Європою” та шведсько-українського проекту “Підтримка децентралізації в Україні” SKL International. Один з учасників конференції Сергій Підмогильний, координатор з розвитку мережі Greenways в Україні зауважив, що у першу чергу потрібно просто пристосуватися до існуючих умов – адаптувати свої туристичні продукти, послуги чи товари, які є в туризмі, під існуючу ситуацію, під безпекову, під нові потреби цільових аудиторій. Кожен продукт має свою певну аудиторію. Корпоративні туристи будуть мати одні очікування, сімейний турист – інші. Кожен продукт має бути адаптований під таку цільову групу. Друге, налагодити правильну комунікацію зі своїми туристами. Треба все пояснювати клієнтам, щоб повернути їх потік. Третє, важливо створювати нові цікаві продукти, щоб вони не були банальними. Зараз дуже добрий час зайнятися сільським туризмом, який не становить основи діяльності, а є доповненням до фермерської, наприклад, діяльності. І можна успішно розпочати різні дотичні послуги, наприклад, прокат велосипедів, чого в Україні насправді бракує. Також створити місця для кемпінгу – який за кордоном дуже популярний. Четверте, дуже важливо – це створення різноманітних партнерств, кластерів, об'єднань. Наприклад, всеукраїнська мережа екологічного туризму [2].

Отже, попереду світ усе ще чекають серйозні проблеми, починаючи з невизначеної тривалості періоду пандемії та завершуючи обмеженнями на пересування, і все це в контексті глобальної економічної рецесії. Країни в усьому світі впроваджують широкий ряд заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектора. Об'єктивно, Україна має потужний туристичний потенціал, який, не завжди використовується ефективно, а ситуація, що склалася в туристичній сфері, вважаємо потребує активного пошуку шляхів подолання кризових явищ. До яких варто віднести: підтримку внутрішніх

авіа- та залізничного сполучення; державні дотації вартості квитків; продовжити пільговий період, відтермінування та скорочення обов'язкових платежів; здійснювати ретельний моніторинг, підтримку та участь у будь-яких двосторонніх і багатосторонніх угодах, що стосуються міжнародного туризму та туристичної мобільності.

Література:

1. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні URL : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>

2. Місцева економіка після карантину. Як підтримати бізнес у громадах. URL : <https://decentralization.gov.ua/news/12452>