

Вплив військових дій на туристичну галузь та можливі темпи відновлення

Початок повномасштабного вторгнення змусив українців майже повністю забути про туризм. Замість подорожей поїздки за кордон стали вимушеними. Утім, туристичний сектор української економіки вистояв, а після завершення бойових дій наша країна має всі шанси стати популярним напрямком для подорожей.

На туристичну галузь, яка й так тільки почала набирати обертів після двох років протипандемічних обмежень, війна вплинула ще до 24 лютого. Першим сигналом стала відмова західних перевізників від рейсів в Україну. Далі — занепокоєність, а зрештою й заборона авіаційних страховиків здійснювати польоти в українському небі. Питання тоді вдалося врегулювати на державному рівні, але почалось повномасштабне вторгнення.

Здавалося б, це мало повністю зупинити індустрію, але для фахівців скоріше змінився фокус уваги, адже потрібно було вирішувати нагальні питання. По-перше, критично важливо було допомогти тисячам туристів, що застрягли за кордоном. Одразу почались перемовини з іноземними партнерами щодо пільгових умов розміщення. По-друге, були запущені процеси всередині країни, щоб забезпечити евакуацію людям із зони бойових дій. Багато працівників галузі й самі були вимушені покинути своє місце проживання.

А після того, як люди змогли потрапити до відносно безпечної території, постало питання, як відновити діяльність. Усім ставало зрозуміло, що війна — це нова реальність, а економіка має працювати навіть у таких умовах.

За даними державного агентства розвитку туризму — подорожі в країні продовжуються й під час війни. Навіть в умовах наявних обмежень (наприклад, на відвідування лісів чи прикордонних територій) громадяни продовжують відкривати рідну країну. І це цілком зрозуміло, адже постійний стрес втомлює, а організм потребує відновлення.

Літо-2021 року в Україні свідчить, що підвищений попит на українські курорти ще тримається, хоча з поступовим відкриттям країн і пом'якшенням обмежень очікувано почав іти на спад. За даними туристичних агенцій, майже в шість разів більше українців, ніж у 2020 році, провели відпустку в Одесі чи Львові.

На 73% зріс попит на лікувальні курорти (Моршин, Трускавець, Східниця). При цьому загалом попит на відпочинок на українських курортах 2021 року знизився втричі порівняно з аналогічним періодом 2020 року.

Поступово відновлюється також і виїзний туризм. Переважно жінки з дітьми подорожують за популярними літніми напрямками з вильотом із Кишинєва (Молдова).

Актуальним також залишається замовлення наземного обслуговування — громадяни, які опинились в Європі бронюють готелі й обслуговування в українських туроператорів та добираються до місця відпочинку самостійно.

З точки зору бізнесу, цих замовлень достатньо лише для часткового покриття звичних обсягів подорожей. Щоб вийти на повне завантаження українські туроператори шукають нові шляхи розвитку й поступово вивчають європейський ринок, а також можливості інших країн.

Так поступово розвивається бізнес у Молдові та Казахстані, а весною розпочали роботу на території Естонії, Латвії та Литви. Тут, правда, варто зазначити, що запуск бізнесу в ЄС — не найшвидший процес. Наприклад, підготовка до початку роботи в країнах Балтії тривала більше року. Це означає, що шлях для українського бізнесу в ЄС не буде надто простим.

З іншого боку, ринок подорожей стрімко відновлюється та подекуди навіть не встигає задовольняти попит на поїздки. В Лондоні аеропорт Хітроу в свій час повідомив, що обслуговуватиме не більше 100 000 пасажирів на добу, щоб зменшити розміри черг. Для наших реалій — це колосальні цифри й ще одне підтвердження, що Європа потребує нових гравців. Та все одно туризм має повернутись в Україну.

Наразі в ЗМІ можна зустріти чимало оптимістичних прогнозів щодо туристичної індустрії після перемоги в війні. Передумови для цього дійсно є: маємо багато туристичних атракцій, а світ зараз зацікавлений в Україні. Та разом із тим потрібно розуміти, що все чого буде залежати від швидкості відновлення інфраструктури та загального рівня життя в країні. Це вплине як на в'їзний, так і на виїзний туризм.

Та війна, що зараз триває в Україні, немає аналогів у сучасній європейській історії, щоб провести коректну аналогію та оцінити можливий вплив на туристичний сектор. Крім того, важливим чинником буде спроможність післявоєнної України реалізувати масштабну маркетингову кампанію на зовнішніх ринках, яка дозволить переключити сприйняття нашої країни з місця бойових дій на безпечну локацію для подорожі. Програми майбутнього відновлення, про які зараз говорить Уряд, мають також охоплювати туризм.

Крім того, важливо вже сьогодні починати перемовини зі світовими готельними мережами й пропонувати їм виходити в Україну, розбудовувати стратегії розвитку після війни. Тільки за умови планування заздалегідь зможемо дійсно скористатись моментом, коли інтерес до нас ще буде високим, а бойові дії нарешті завершаться.

Список використаних джерел та літератури

1. Кириченко С. «Подорожі та війна: якою буде туристична індустрія після перемоги», Економічна правда, 2022. Електронний ресурс: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.
2. Кириченко С. «Українське літо 2021: популярність напрямків і висновки для галузі», Економічна правда, 2021. Електронний ресурс: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/09/28/678220/>.
3. Кириченко С. «Час ікс» для українського туризму», Економічна правда, 2022. Електронний ресурс: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/26/681795/>.