

**СТАНДАРТИ ЄС І ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ:
розвиток, пріоритети, промоція**

*(оглядова довідка за матеріалами преси,
інтернету та неопублікованими документами за 2019–2020 рр.)*

Унікальні місця – замки, храми, каньйони, вершини гір, озера й безліч інших красивих об'єктів і зон для відпочинку – завжди приваблювали туристів. Саме тому туризм вважається одним із найперспективніших напрямів соціально-економічного розвитку країн, регіонів і міст [1].

Для деяких країн туризм є ключовим в економіці. Наприклад, на Мальдівах він складає майже 60% від ВВП, у Таїланді – близько 20%, в Італії – 13%, до 21% – у Греції.

2019 рік був для турбізнесу досить успішним, адже частка туризму у світовому ВВП склала 10,3%. Та якими будуть підсумки 2020-го – оцінити складно навіть експертам.

Пандемія, що поширилася світом наприкінці 2019 – на початку 2020 р., зачепила всі туристичні напрями, спричинивши найсуворіші обмеження на подорожі в історії.

Порожні площі в наймальовничіших європейських містах, зачинені музеї й аеропорти, безлюдні пляжі й пішохідні зони стали жорстокою реальністю і новим викликом не лише для туристичної галузі, а й для найсильніших економік світу. Адже туризм, окрім перельоту й перебування в готелі, це також ресторанний бізнес, музеї, гіді, екскурсії, розваги, круїзи та навіть магазини товарів для подорожей. І все це – робочі місця [2].

Відповідно до оптимістичного сценарію, майже третина працівників європейського туристичного сектору залишиться без роботи, принаймні в короткостроковій перспективі, – сказала Дженніфер Ідуг, керівник досліджень Європейської комісії з подорожей, що об'єднує національні туристичні організації [3].

Представники всесвітньої галузі туризму й гостинності прогнозують, що понад мільярд туристів цього року скасують заплановані подорожі, а це, своєю чергою, спричинить падіння показників галузі на 80% у порівнянні з 2019 р. Експерти не виключають, що збитки світової туристичної галузі через пандемію коронавірусу за підсумками 2020 року можуть становити понад 1 трлн доларів [4; 5].

Втрат від коронакризи зазнають і популярні серед молоді телеграм-канали про подорожі, які здебільшого орієнтовані на туристів, що подорожують самостійно. У них публікують підбірку дешевих авіабілетів, новини авіакомпаній або ж знижки від готелів.

Автор українського телеграм-каналу *MyCheapTrip* Вадим Грінко каже, що з початком кризи активність людей значно зменшилася: «Якщо до карантину на каналі було 77 тисяч підписників, то зараз 72 тисячі. І це ще дуже позитивний результат, бо в деяких конкурентів по 20 тисяч відписок. Основний мій заробіток – від продажу реклами на моєму телеграм-каналі. А кількість реклами впала на 80-90%. Деякі рекламодавці просять перенести рекламу після карантину, бо вона їм зараз не потрібна» [2].

27 квітня 2020 р. представники урядів 27 країн Європейського Союзу, відповідальні за розвиток туризму у своїх країнах, зібралися на спільній відеоконференції, щоб скоординувати зусилля і спільно напрацювати кроки для відновлення галузі.

За інформацією виконавчого директора Європейської туристичної комісії, ЄС виділить 375 млрд євро на відновлення туристичної галузі після пандемії коронавірусу. Так, 255 млрд буде виділено урядам для допомоги туристичному сектору своїх країн і майже 120 млрд – підприємцям і компаніям, які зазнали збитків, для можливості продовжити роботу.

Європа готується активно повертати туристів. Зокрема, в певних регіонах Італії планують зробити безкоштовними відвідування музеїв та компенсувати 50% вартості перельоту для туристів. У Туреччині зосередяться на внутрішньому туризмі, а громадські місця й пам'ятки архітектури переобладнають відповідно до вимог соціального дистанціювання [6].

Як же повертатиме своїх туристів Україна?

13 березня 2020 року в Києві відбулася зустріч для обговорення ситуації, що склалася на туристичному ринку через поширення вірусу *Covid-19*.

Під час заходу учасники шукали шляхи підтримки української туристичної галузі в умовах пандемії. Зокрема, було анонсовано запуск акції «Мандруй Україною», в рамках якої туристичний бізнес – готелі, перевізники, туроператори

та туристичні агенції – надаватиме спеціальні пропозиції для громадян України в період обмеженого туристичного потоку за кордон.

«У цей час є можливість згуртуватися, щоб надалі виділити пріоритети, стратегію і почати рухатися – розвивати Україну як привабливу дестинацію, підіймати внутрішній туризм і робити нашу туристичну галузь привабливою для інвесторів», – зазначив державний секретар Міністерства культури та інформаційної політики України Артем Біденко [7].

Питання співпраці з розвитку внутрішнього туризму, шляхи відновлення міжнародного туризму, створення спільних туристичних продуктів, діджиталізацію туристичної індустрії, формування умов для безпечного туризму обговорили й учасники першої туристичної конференції «Туризм 2020: криза чи досвід?», яка відбулася в Одесі в серпні 2020 р.

У ході конференції представники Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) представили оновлену дорожню карту конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні в умовах пандемії *Covid-19* та його наслідків для українського туризму.

А представники трьох регіонів досягнули домовленостей щодо створення туристичного маршруту Одеса – Миколаїв – Херсон у рамках проєкту «Подорожуй в Україні: комбіновані тури по країні», в якому кожне місто представить свої унікальні туристичні локації [8; 9].

На думку президента громадської спілки «Національна туристична організація України» Івана Ліптуги, Херсонщина, Миколаївщина та Одещина, об'єднавшись, можуть запропонувати туристам чудові спільні туристичні продукти для відпочинку. Відхід від орієнтації на морський відпочинок, упровадження маршрутів за різними видами туризму – медичним, оздоровчим, дегустаційним – дасть можливість зацікавити потенційного відвідувача та втримати його [10].

За даними Світового банку, щороку Україну відвідують приблизно 14,2 млн іноземних туристів. Це більше, ніж у Сингапурі, Данії, Ісландії, Чехії, Швейцарії, Норвегії, Австралії, Швеції, Новій Зеландії та ще безлічі інших країн, відомих давньою історією, пам'ятками та красивою природою.

Щоправда, за словами керівника Центру розвитку туризму Володимира Царука, підрахувати реальну кількість іноземців, які приїздили до України як туристи, досить складно. «У нас все ще залишається радянський принцип підрахунку, який виходить з даних Держприкордонслужби про перетин кордону іноземними громадянами. Тобто є велика кількість тих, хто побував в Україні просто транзитом, або тих, хто приїздить до нас за певними товарами. У сусідній Польщі, приміром, інший принцип – там всі готелі, хостели тощо звітуються про

кількість іноземних відвідувачів, які провели в апартаментах хоча б одну ніч. Це, звісно, дає змогу говорити про більш точну статистику», – говорить В. Царук.

У 2016 р. Україна потрапила до 30-ки країн, найпривабливіших для іноземних туристів, зайнявши 27 позицію, обійшовши Ірландію, Швейцарію, Сингапур та ще півтори сотні держав, про що повідомив *BusinessViews*. А в 2017-му успішно перемістилася на 25 позицію, зберігши її в 2018-му.

Про те, що Україна стає все популярнішою свідчить і окремий рейтинг з топ 11 туристичних міст України, який уклала *CNN*, одна з найвідоміших телекомпаній світу. До списку ввійшли Львів, Чернівці, Умань, Київ, Переяслав-Хмельницький, Харків, Чернігів, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський.

«В Україні є безліч прекрасних місць з великою кількістю туристичних заходів. І хоча відвідування деяких регіонів рекомендується уникати через наявність там сепаратистів, велика частина цієї країни відкрита для турбізнесу. Жваві міста, стародавні замки, приголомшлива сільська місцевість, різноманітність ландшафтів та гостинність – усе це робить Україну особливим місцем, незалежно від її проблем», – пишуть укладачі рейтингу [11].

Серед проблем експерти виділяють кілька, які потребують найшвидшого вирішення.

Найперше – *туристична статистика*, якої досі немає в Україні, і яка надзвичайно важлива для висновків, планування подальших дій, коригування або підтвердження обраної стратегії.

Встановлення *чітких правил на туристичному ринку* допоможе галузі розвиватися впорядковано, а туроператорам та замовникам мати обопільні гарантії.

Третє – *зовнішній маркетинг* – якісна промокампанія у сфері туризму в Україні, й паралельно – *розбудова інфраструктури та залучення інвестицій*.

Голова Державного агентства розвитку туризму (далі – ДАРТ) Мар'яна Олесків вважає, що криза підняла на-гора приховані, але глобальні проблеми в українській туристичній галузі, які не вирішувались роками. «Так, у нас є хороші фахівці, проведено масу якісних обговорень, існує багато важливих напрацювань. Є державні програми та приватні ініціативи. Немає туризму як галузі, яка в Україні може формувати до 10% ВВП», – каже вона.

За її словами, спричинена коронавірусом криза дає Україні шанс розвинути внутрішній туризм та нарешті впорядкувати «цей хаотичний ринок, більш ніж половина якого перебуває в тіні» [12].

Президент громадської спілки «Національна туристична організація України» Іван Ліптуга підкреслює, що саме зараз, у час карантинних обмежень, в Україні необхідно створювати нові туристичні продукти та відпрацьовувати якість

сервісу, щоб увійти в завтрашній день конкурентоспроможними. Експерт наголошує, що період, коли робота туристичної галузі поставлена на паузу, можна використати для внесення змін до «Закону України» про туризм, затвердивши єдині стандарти якості для надання туристичних послуг та регламентувавши систему фінансового забезпечення туристичних операторів [10].

Керівник Центру розвитку туризму Володимир Царук упевнений, що цього року відбудеться розворот на внутрішній туризм: «Буде популярною Одеса, Херсонщина, тобто Арабатська стрілка і Скадовськ, Бердянськ, Коблево, так само Закарпаття чи Яремче. Український бізнес до цього готовий. Головне питання, чи будуть кошти в громадян, щоб подорожувати».

А от президент Асоціації лідерів туристичного бізнесу Олександр Новиковський вважає інакше: «Якщо брати відпочинок, який традиційно обирають наші туристи за кордоном, то це, переважно, пляжний відпочинок і, на жаль, Україна не може надати таку кількість пляжних пропозицій, як надають інші країни Середземного моря. Готельна база наших приморських регіонів дуже слабка».

З цим погоджується і співвласник мережі турагентств Сергій Куделько, за його словами альтернативи відпочинку, який можуть запропонувати агентства за кордоном, в Україні немає: «Відпочинок в Україні точно не вийде дешевшим. Грубо кажучи, за такі ж гроші, або й дорожче, ви отримаєте гіршу якість, на жаль. Добре відпочити в Україні можна лише в дорогих готельних комплексах, які коштують дорожче, ніж Туреччина» [2].

Поза тим, у профільному звіті Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) конкурентоспроможність української туристичної інфраструктури експерти оцінили досить пристойно: у списку з 140 держав Україна посіла 78-е місце, піднявшись, у порівнянні з 2019-м, одразу на десять позицій. Країна опинилася на одному рівні з такими визнаними центрами міжнародного відпочинку, як Домініканська Республіка, Шрі-Ланка, Туніс і Албанія, яка стрімко набирає бали популярності. Туристична конкурентоспроможність, за версією ВЕФ, – це не тільки галузеві показники на зразок культурної спадщини або авіаінфраструктури, але й оцінка стану бізнес-середовища, а також рівня безпеки [13].

На важливості донесення європейським туристам інформації про те, що українська туристична сфера відповідає стандартам ЄС, наголосила Голова ДАРТ М. Олесків під час зустрічі з віцепрем'єр-міністром з європейської та євроатлантичної інтеграції Ольгою Стефанішиною у червні 2020 р.

«Зміни не відбуваються миттєво, але маємо вже працювати над адаптацією українського законодавства та орієнтуватись на європейський досвід роботи індустрії гостинності», – зазначила вона.

Своєю чергою, О. Стефанішина висловила готовність забезпечити постійну координацію в цій сфері, бо, на її думку, розвиток туризму в Україні – безумовний пріоритет.

На зустрічі йшлося також про директиви ЄС щодо облаштування засобами доступності туристичних об'єктів та дотичної інфраструктури. Зазначалося, що системно не вирішені питання доступності туристичних об'єктів для людей з інвалідністю, і це треба врахувати під час планування подальшої роботи [14; 15].

За словами очільниці ДАРТ, в Україні є багато справжніх туристичних «магнітів», які можна розвивати та водночас виконувати зобов'язання в межах Угоди про асоціацію Україна – ЄС.

«Туристичні магніти» є одним із напрямів великої програми для розкриття внутрішнього потенціалу регіонів, яку Міністерство культури та інформаційної політики України презентувало 22 липня 2020 р. для близько 20 ОДА.

«У ній консолідовані можливості, що існують у сфері культури та креативних індустрій. Її запуск зможе залучити нові кошти в економіку регіонів», – пояснив міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко: «Промотуватимемо окремі полюси тяжіння, що стимулюватимуть економічний розвиток регіонів та територій з урахуванням їх культурно-ресурсного потенціалу. Вони зможуть стати магнітами не тільки для українців, а й для гостей з-за кордону» [16].

Також з метою сприяння розвитку культурного потенціалу України, збереження, популяризації та ефективного використання національного культурного надбання, створення умов для туристичної привабливості об'єктів культурної спадщини, підтримки креативної економіки 18 серпня 2020 р. президент України підписав Указ «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму».

20 серпня, під час брифінгу щодо роз'яснення плану дій відомства стосовно заходів із підтримки сфери культури та туризму відповідно до цього Указу, міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко повідомив, що очолюване ним Міністерство планує створити в державі сучасну туристичну інфраструктуру, що дасть змогу не лише залучати інвестиції, а й розробити програми мобільності для молоді та пенсіонерів із залученням їх у галузі.

З цією метою МКІП проведе маркетингове дослідження, моніторинг та аналіз показників надходжень до бюджету від сфери туризму, що допоможе визначити перспективи розвитку галузі [17].

Хоча в Україні, через економічну ситуацію, фінансову підтримку вітчизняному турбізнесу держава пообіцяти не може, саме наша країна стала

першою, в економіку якої інвестує ЄБРР – Європейський банк реконструкції та розвитку [2].

Для мінімізування наслідків кризи в туристичній галузі України, яка суттєво постраждала від пандемії, ЄБРР і Європейський Союз об'єднали зусилля та розробили низку заходів і рекомендацій, виконання яких стане вектором для відновлення стану туризму в країні.

Це, передусім, антикризовий план на 2020 рік, перегляд Дорожньої карти, кампанія з підвищення інформованості, пропозицій щодо потреб у капіталовкладеннях, а також розроблення нових туристичних продуктів.

Згідно з очікуваннями, отримані в Україні результати стануть основою для застосування аналогічного підходу в інших країнах [4].

На думку Сергія Кириченка, директора з розвитку в'їзного туризму туроператора *Join UP!*, спричинена пандемією ситуація – це не лише криза, а й шанс для перерозподілу сил, яким Україні варто скористатися.

За інформацією Державної служби статистики, розрив між кількістю українських туристів, які виїжджають за кордон, та іноземців, які відвідували Україну, становить близько 10 млн осіб на рік: 26 млн українців проти 15 млн іноземців.

«І такий баланс може зіграти Україні на руку. Коли світові лідери індустрії, звиклі до великих бюджетів та можливостей, розгублено озираються навколо, нашій країні слід акумулювати весь свій фактичний та символічний капітал, аби здійснити стрибок на новий рівень», – вважає С. Кириченко.

Одним із кроків, що допоможе це зробити, є ухвалення на державному рівні принципових рішень, які відкривають можливості для туристів, що хочуть відвідати нашу країну.

Важливим етапом реалізації цієї стратегії є Указ президента №295/2020 від 28 липня «Про тимчасове запровадження безвізового режиму для громадян Китайської Народної Республіки, які в'їжджають в Україну з туристичною метою».

Китай – друга з найбільш економічно розвинених країн світу, де мешкає понад 1,7 млрд людей. «За туристів звідти роками йде неймовірна конкуренція: країни ЄС створюють привабливі умови для туристів з Китаю, аби збільшити пасажиропотік, бо це можливість значного зростання економіки», – каже С. Кириченко і пояснює, що мова йде не тільки про туристичну галузь, а й про суміжні індустрії: від будівництва готелів – до підтримки закладів харчування.

Крім того, зростання кількості туристів принесе нові валютні надходження. Наприклад, середній чек за поїздку одного китайського туриста в Україну

становить близько 950 дол.. Якщо їх кількість протягом року сягне хоча б 100 тис., то Україна отримає понад 2,5 млрд грн.

Безвізовий режим для туристів з Китаю буде діяти пів року: з 1 серпня 2020 року до 31 січня 2021 року [18].

З 1 серпня 2020 року безвізовий режим почав діяти й для громадян Австралії, Нової Зеландії, Королівства Бахрейн, Держави Кувейт, Султанату Оман, Королівства Саудівська Аравія, а з 14 – розпочато централізоване оформлення українських електронних віз (e-Віза) громадянам Індії, Південної Африки та Філіппін.

Представники туристичної галузі вважають, що зміна в'їзного режиму та лібералізація доступу до України громадян інших країн стане поштовхом для позитивної динаміки у вітчизняному туризмі, адже таким чином збільшується привабливість вітчизняної туристичної інфраструктури [13].

Найбільш відвідуваним місцем серед іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса, Чернігів. В. Царук відмічає, що іноземців, які приїждять в Україну як туристи, передусім цікавить гастрономічний туризм, а на другому-третьому місці для них – визначні місця та розваги, хоча звісно, свою роль тут відіграють унікальні особливості кожного регіону, куди приїждять іноземні мандрівники [11].

Львівську область і, передусім, Львів щороку відвідує щонайменше 2,5 млн туристів. З-за кордону до міста найчастіше їдуть туристи з Польщі – 18,3%, Білорусі – 6,6%, Туреччини – 6,2%, Німеччини – 5,4% та Великої Британії – 3%.

На початку літа знімальна група з Туреччини прибула до Львова, щоб зняти про місто 45-хвилинний документальний фільм у рамках телепроєкту «Перехрестя культур», який розповідає про подорожі, гастрономію, історію та культуру різних міст світу. Фільм демонструватимуть на території Туреччини, в країнах Середнього Сходу та Північної Африки, а також через ресурс *beIN CONNECT* по всьому світі.

У 2019 р. турецькі режисери за підтримки України у взаємодії з адміністраціями багатьох районів нашої держави зняли проморолик про Україну. Його презентували у грудні в рамках Днів українського кіно у Стамбулі.

«Львів радо приймає знімальну групу з Туреччини. Для нас важливо показати всю гостинність та атмосферу нашого міста. В докоронавірусний час гості з Туреччини були у топ 5 тих країн, звідки до Львова приїжджають найчастіше. Сподіваюся, що після подолання коронавірусу Львів і Туреччина зможуть надалі розвивати активно партнерські відносини», – зазначив заступник Львівського міського голови з питань розвитку Андрій Москаленко.

За словами заступника мера, показово, що більш ніж половина гостей (52%) вже були у Львові й вирішили повернутися знову. А 95% туристів після подорожі рекомендують відвідати місто своїм друзям [19].

Дуже незвичним, на перший погляд, є трактування Чорнобиля як найунікальнішого на планеті туристичного продукту, який приносить країні дохід. Проте, Ярослав Ємельяненко, член громадської ради ДАЗВ, СЕО «Чорнобиль Тур», вважає, що саме зараз час змінити уявлення про зону відчуження як негативну частину бренду України.

На його думку, за унікальністю Чорнобиль конкурує хіба з космічним туризмом, але, по-перше, навіть у космосі немає тих викликів, які є в Зоні відчуження, а, по-друге, це кількість людей, які можуть скористатися цим продуктом: чверть мільйона туристів зі всього світу відвідали Зону за останні три роки.

«Якщо ви не були в Зоні відчуження останні 2–3 роки, вам важко уявити, що таке Чорнобиль сьогодні, – каже Я. Ємельяненко. – З одного боку, це беззастережне повернення в часи тоталітаризму СРСР. Саме після відвідин політкімнати закритого містечка Чорнобиль-2, ви зрозумієте який величезний шлях пройшла сучасна Україна за останні 30 років. З іншого – це мандрівка в майбутнє. Технології, які вже впроваджені в Зоні, приваблюють науковців з усього світу. Швеція, Японія, США – доктори наук, провідні інженери та дослідники наввипередки бронюють екскурсії, аби побачити на власні очі унікальний саркофаг та нашу інженерну інфраструктуру. Саме за українськими прикладами розробляються проекти життя на Марсі».

На жаль, те, що одні вважають національною історією та світовим культурним спадком, для інших – місце для розваг і вандалізму.

За оцінками Асоціації Чорнобильських Туроператорів, туристи, які спеціально прилетіли до України, щоб побувати в Чорнобилі, принесли в економіку понад 100 млн доларів непрямих інвестицій. І з кожним роком ця сума може ставати все більшою, а імідж України в очах іноземних туристів нарешті покращитися, впевнений Я. Ємельяненко. Втім, це можливо лише за умови підтримки й збереження державою об'єктів Чорнобильської зони [20].

Я. Ємельяненко переконаний, що кожен турист, який їде з України з футболкою, вишиванкою, патчем чи брелоком з Чорнобиля, є бренд-амбасадором «Позитивного Чорнобиля»: він розповідає про Україну; його оточення дізнається, що є Чорнобиль. Вони засвоюють, що Чорнобиль це не тільки трагедія '86, а й перемога всіх тих, хто боровся та поборов.

«Ми щотижнево відправляємо ці візитівки «Позитивного Чорнобиля» по всьому світу – від сусідньої Польщі до далекої Нової Зеландії. Адже всюди в світі є

люди, що знають про нас, мріють потрапити в Чорнобиль та з гордістю носять чорнобильські бренди, дарують їх друзям», – каже він [21].

Голова ДАРТ М. Олесків підтверджує, що Чорнобиль є широко відомим серед туристів не лише з України, а й з-за кордону. «На сьогодні Львів, Київ та Одеса повністю готові до прийому іноземних туристів. Але ми повинні формувати нові туристичні продукти – «магніти». Таким сьогодні є Чорнобиль, бо приваблює певну аудиторію. Тунель кохання у Клевані, бо їдуть конкретно саме туди за враженнями. Таким «магнітом» є Умань для паломників через зв'язок зі своєю історією. З'явиться попит – буде пропозиція. І за цими маршрутами паралельно буде оновлюватися інфраструктура. Інвестори будуть вкладати кошти, будувати готелі, ресторани й атракції», – зазначає вона [5].

Важливим кроком, що призведе до позитивних змін у туристичній галузі України, стала перемога Управління культури й туризму Рівненської ОДА в міжнародному конкурсі програми Євросоюзу «*Horizon 2020*».

Таким чином Рівненщина стала єдиним партнером від України проекту *TExTOUR*, у межах якого 17 партнерів із 10 країн об'єднують зусилля задля врівноваження туристичних потоків в Європі та рівномірного розвитку туризму.

Так, обійшовши 86 конкурентів, уже з 2021 р. Рівненщина розпочне роботу над проектом, ідея кого полягає у створенні синергії між популярними туристичними об'єктами та менш відомими. Це планують зробити за допомогою проведення наукових досліджень і з використанням сучасних технологій.

Одним із прикладів є *Via Regia* – найдовший сухопутний історичний шлях, що з'єднував Східну та Західну Європу. Сьогодні він функціонує як культурний шлях Ради Європи, що символізує єдність та покликаний популяризувати історико-культурну спадщину країн, через які проходить. У той час, як його відомі туристичні локації перевантажено туристами, такі території як Рівненщина залишаються поза увагою подорожувальників [22; 23].

У рамках проекту «Великий культурний шлях „*Via Regia*”» заплановано створити мережу культурно-мистецьких центрів за участю 10 українських міст.

Державний історико-культурний заповідник міста Дубна оприлюднив сміливий план об'єднати культурний спадок України та консолідувати зусилля культурних закладів у містах Дубно, Рівне, Острогоз, Львів, Броди, Луцьк, Володимир-Волинський, Радомишль, Житомир і Київ.

На Рівненщині до проекту долучать такий туристичний продукт, як «Медове коло», а також маршрут перебування в області французького письменника Оноре де Бальзака.

Також передбачається видання спільного напрацювання – туристичного журналу, який міститиме безліч історій про об’єкти області, що стимулюватимуть людей подорожувати Рівненщиною. Альманах планують розповсюдити серед бібліотек області та пропонувати в туристично-інформаційних офісах.

Загалом проєктом «Великого культурного шляху „Via Regia”» в Україні планують об’єднати культурно-мистецькі організації 5 областей: Рівненської, Волинської, Житомирської, Київської та Львівської.

Проєкт спрямовано на популяризацію української культури для вітчизняних та іноземних шанувальників і подорожувальників, розвиток туристичної галузі у містах і регіонах України [24; 25].

Для того, щоб туристична галузь успішно розвивалася й приносила дивіденди, про Україну мусять знати, переконаний С. Кириченко, директор з розвитку в’їзного туризму туроператора «Join UP!».

Він вважає, що Україна поки дуже мало робить промоції себе як туристичного напрямку для іноземців. Щороку українські туроператори та бізнес відвідують чимало іноземних виставок, але цього недостатньо.

«У нас ніколи не було бюджетів на промоцію за кордоном. А наші, можна сказати, найближчі конкуренти – такі країни, як Азербайджан, Грузія, – доклали чимало зусиль для того, щоб на потенційних ринках себе промотувати: через послів, рекламу на телебаченні, а також за допомогою діджитал-маркетингової кампанії у тих країнах, звідки вони чекають туристів», – коментує С. Кириченко і додає: «На жаль, Україна нічого цього ще не робила. Тільки бізнес намагався докласти зусиль для того, щоб промотувати нашу країну, а на державному рівні цього не було. Я думаю, що в майбутньому це все ж таки станеться» [13].

Успішним прикладом промоції себе як туристичного міста є Київ. Упродовж 2016-2018 рр. тут реалізовувалася Програма *Safe and Nice*, метою якої було донести світові меседж про те, що українська столиця – безпечна для подорожей. Попри незначне фінансування, програму було виконано майже на 95%. Яскравим свідченням успішності цільової програми є статистичні дані щодо кількості візитерів. Так, якщо у 2015 р. Київ відвідали 800 тис. іноземних та близько 1 млн українських туристів, то, за підсумками 2018 року, ця цифра сягнула показника 5 млн туристів, серед яких 2 млн – іноземці. Зростання туристичного обсягу, своєю чергою, збільшило відрахування до столичного бюджету, з’явилися нові робочі місця та передумови для подальшого розвитку галузі.

В основі нової програми розвитку туризму Києва на 2019-2021 роки – розрахунок на позиціонування столиці як транзитного пункту чи міста на вікенд. Антон Тараненко, експерт Управління туризму та промоції КМДА, вважає, що

Київ має всі шанси привернути до себе увагу мандрівників із європейських країн, успішно конкуруючи з Софією, Бухарестом, Варшавою та Будапештом. Експерт наголошує, що впровадження приватно-державного партнерства у туристичній галузі є надзвичайно важливим, і цьому форматові співпраці бізнесу та держави також приділено особливу увагу в новій цільовій Програмі розвитку туризму Києва на 2019–2021 роки.

За словами А. Тараненка, щоб цю програму успішно реалізувати, достатньо використати досвід сусідніх країн Європи, де цей механізм не тільки давно працює, але й демонструє життєздатність та комерційну привабливість подібної концепції. Адже туризм – це, передусім, комерційна галузь, і саме представники бізнесу найкраще розуміються на тих проєктах, які дозволять підвищити туристичну привабливість міста. Наприклад, бізнес та держава інвестують порівну в певний інфраструктурний проєкт, а представники галузі мають змогу керувати цим активом узгоджений період часу, отримувати дотації з боку держави/міста тощо. Але у бізнесу є також і фінансова відповідальність за результат, у разі відсутності якого договір про партнерство може бути розірвано.

Одним із прикладів приватно-державного партнерства в контексті столиці є створена Управлінням туризму та промоції Київська туристична асоціація, яка впродовж останніх років консолідувала багатьох представників туристичного бізнесу. Спільно з комерційними компаніями, Асоціація реалізує чимало проєктів, зокрема – участь Києва у міжнародних галузевих виставках: частину коштів виділяє міський бюджет, а частина фінансується бізнесом, який активно бере участь у таких заходах, презентуючи іноземцям не тільки послуги своїх компаній, але й потенціал міста [26].

Міжнародним прикладом розвитку туристичної галузі через успішну взаємодію між державою та бізнесом є Киргизстан, який проводить економічні реформи для створення сприятливих умов і захисту інтересів бізнес-середовища, розглядаючи нову модель взаємодії між державою та бізнесом.

Радник Посольства Киргизької Республіки в Україні Ермек Саробаєв стверджує, що Киргизстан надає інвесторам найсприятливіший режим, який передбачає зокрема можливість репатріації отриманого прибутку й дивідендів, ліберальні умови для інвестування, наявність податкових пільг і преференцій, а в національному законодавстві країни передбачено всі положення, які забезпечують повний захист інвесторів від різноманітних ризиків. Тому Киргизьку Республіку віднесено до групи країн з розвинутим ринком державно-приватного партнерства.

Киргизстан зацікавлений у налагодженні туристичних зв'язків із Україною і готовий усіляко сприяти цьому, співпрацюючи з українськими туроператорами –

про це заявили учасники пресконференції з нагоди відкриття фотовиставки до 29-річчя Незалежності Киргизької Республіки.

«Хочу звернутися до туроператорів з проханням розвинути зв'язки туристичних галузей двох країн. Це дуже важливо для зближення двох народів. Хоча є труднощі – наприклад, відсутність прямих рейсів, але сподіваюся, незабаром ці труднощі буде врегульовано», – зазначив керівник киргизької діаспори в Україні Таалайбек Сарієв.

Своєю чергою, генеральний директор української туристичної компанії «Феєрія» Ігор Захаренко, провівши інфотур до Киргизстану, вважає цю країну вкрай привабливою для туризму: «Киргизстан – одна з таких країн, де відчуваєш себе в безпеці. Це вільна країна дуже добрих людей. Киргизстан здався мені найбільш європейською країною того регіону... І дуже тішить, що Киргизстан рухається в бік Європи, а не навпаки», – каже він [27].

Безумовно, глобальні питання вимагають об'єднання заради досягнення результатів. І розвиток туристичної галузі, і промоція залежать від того, наскільки послідовно Україна втілюватиме міжнародний досвід, створюючи надійну основу для захисту економіки та відновлення туристичної галузі в майбутньому [18].

Гори, річки, моря, храми, палаці – самі по собі не роблять жодну країну туристичною Меккою. Для того, щоб вони працювали, потрібна стратегія та інвестиції.

Щодо першого, то з 2020 р. стратегію розвитку туристичної галузі України представлено в Указі президента України № 329/2020. В основі плану лежить «Велика реставрація» – програма з відновлення понад сотні архітектурних пам'яток в усіх регіонах України.

«Але просто відновити сотню замків та палаців недостатньо. Ми мусимо “реставрувати”, передусім, свідомість українців, – переконана Євгенія Кравчук. – Адже недбале ставлення до історичних пам'яток формувалося десятиліттями – і за радянських, і за пострадянських часів... Відновлювати треба не замки, а культурний код нації. Саме тому в президентському Указі запропоновано комплексний підхід. Це і державна цільова програма розвитку народних художніх промислів України, й нові моделі закладів культури як багатофункціональних центрів культурних послуг та креативних хабів, і, звичайно ж, комунікація – історії туристичного успіху потрібно розповідати і в Україні, і за кордоном».

Згідно з Указом, Кабмін має провести маркетингові дослідження сучасних тенденцій в туризмі та визначити, які з цих трендів може підхопити Україна. Адже сучасний туризм не обмежується пляжами та музеями. Подієвий, корпоративний та

медичний туризм, тури місцями зйомок фільмів, спадщина епохи холодної війни – це лише декілька прикладів із величезного списку.

Щодо інвестицій, то представники туристичної сфери розраховують на збільшення видатків із державного бюджету. Низка проєктів реалізовуватиметься на умовах співфінансування з місцевими бюджетами: після децентралізації громади отримують більше грошей і зможуть активніше розвивати свої туристичні «магніти», завдяки яким, зрештою, зможуть повернути свої інвестиції. Майже кожен регіон, формуючи стратегію розвитку, робить ставку саме на туризм.

Також гуманітарний комітет Верховної Ради разом із Державним агентством розвитку туризму працює над новою редакцією Закону «Про туризм», який необхідний як споживачам послуг, так і учасникам ринку [28].

Голова ДАРТ М. Олеськів наголошує на важливості створення багатомовного порталу, бо Україна одна з небагатьох, у якої немає такого онлайн ресурсу про туристичні можливості, як це є, наприклад, у Польщі, Литві, Фінляндії чи Норвегії.

«Ми вже працюємо над його створенням. Там буде основна інформація про те, як доїхати, як пройти кордон, що подивитись, про топмісця, транспорт, безпеку, валюту. Портал має бути багатьма мовами, зокрема, й китайською, арабською, на івриті. Будемо намагатися зробити все можливе, щоб до кінця цього року вийшов перший реліз порталу», – ділиться планами М. Олеськів [5].

Серед інших кроків, що сприятимуть промоції України, – участь міст у спеціалізованих виставках, презентації туристичного потенціалу, створення відеоконтенту. Також важливо, щоб у містах з'явилися туристичні портали з мобільними додатками, промо-сторінки в соціальних мережах. Необхідно налагодити плідну співпрацю з журналістами та блогерами з багатьох країн світу, щоб популяризувати українські міста як привабливі туристичні дестинації [26].

Українська журналістка, політолог Наталія Іщенко у своїй статті «Україна як магніт. Якою має бути інформаційно-рекламна кампанія для залучення зарубіжних туристів» зазначає, що відміна віз чи будівництво доріг важливі, але це – відповідь на питання «як». Імідж же безпечної та привабливої країни – це вже відповідь на питання «куди», яку потенційний іноземний турист, плануючи відпустку чи екскурсію, буде шукати передусім. І якщо на цьому етапі він не обере Україну, жодна візова лібералізація чи ідеальні дороги його не переконують.

«Якщо ми хочемо бачити в себе європейських туристів, – пише Н. Іщенко, – треба забезпечити дотримання базових санітарно-гігієнічних норм у барах та ресторанах, на пляжах та нічних клубах, в громадському транспорті... І не тільки забезпечити, але й розповісти про це потенційним мандрівникам... Тому очевидно, що на шляху України до отримання репутації привабливої туристичної країни

завданням максимум для української влади є створення іміджу безпечної в усіх сенсах країни» [29].

Загалом же зміни, що відбуваються в українській туристичній галузі, однозначно, є маркером активізації просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення, що своєю чергою, популяризує нашу країну на міжнародній та вітчизняній аренах, розвиваючи її туристичний потенціал і зміцнюючи позицію України як туристично привабливої країни [11].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Куди недорого поїхати в Україні: ідея від відомого українського телеведучого [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/ua/lifestyle/travel/kuda-nedorogo-pohat-v-ukraine-ideya-ot-televedushchego-maksima-sikory-1461915.html> (дата звернення: 25.08.2020).
2. Думська О. «Буде туристичний Майдан». Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі / Оксана Думська [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-after-coronavirus/-30586049.html> (дата звернення: 25.08.2020).
3. Ваннек Л. Туристична індустрія в Європі може втратити до 400 мільярдів доларів – єврокомісар / Людмила Ваннек [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/30581839.html> (дата звернення: 26.08.2020).
4. ЄБРР та ЄС розробили рекомендації для мінімізування наслідків кризи в українському туризмі [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3051214-ebrr-ta-es-rozrobili-rekomendacii-dla-minimizuvanna-naslidkiv-krizi-v-turisticij-galuzi-ukraini.html> (дата звернення: 21.08.2020).
5. Дубровик-Рохова А. Шанс для «своїх» (Чи зможе внутрішній туризм «освоїти» 8 мільярдів доларів, які щороку українці витрачали на літній відпочинок?) / Алла Дубровик-Рохова // День. – 2020. – 10 серп. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/-ekonomika/shans-dlya-svouyih> (дата звернення 13.08.2020).
6. Синютка О. Як рятувати український туризм? / Олег Синютка [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/-2020/04/29/7249835/> (дата звернення: 25.08.2020).
7. МКМС та Держтуризм обговорили спільні заходи з туристичними операторами в умовах пандемії коронавірусу [Електронний ресурс]. – Текст.

- дані. – Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3649.html> (дата звернення: 25.08.2020).
8. В Україні хочуть створити новий туристичний маршрут уздовж Чорного моря [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/suspilstvo/v-ukraini-khochut-stvoryty-novyi-turystychnyi-marshrut-vzdovzh-chorno-ho-moria-545248.html> (дата звернення: 20.08.2020).
 9. Одесу, Миколаїв і Херсон об'єднують туристичним маршрутом // День. – 2020. – 4 серп. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/news/040820-odesu-mykolayiv-i-herson-obyednaut-turystychnum-marshrutom> (дата звернення 14.08.2020).
 10. Перспективи розвитку туристичної галузі під час та після карантину обговорили на «TAVRIAN ONLINE HORIZONS» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://khoda.gov.ua/perspektivi-rozvitku-turistichno%D1%97-galuz%D1%96-p%D1%96d-chas-ta-p%D1%96slja-karantinu-obgovorili-na-%C2%ABtavrian-online-horizons%C2%BB> (дата звернення: 14.08.2020).
 11. Горбань Ю. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх / Юлія Горбань [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>
 12. Олеськів М. Чотири кити українського туризму. Як допомогти галузі / Мар'яна Олеськів [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion/turizm-v-ukrajini-yak-zminitsya-galuz-pislya-randemiji-povini-ukrajini-50099937.html> (дата звернення 25.08.2020).
 13. Войтко О. «Конкурувати зі Стамбулом, Тбілісі і навіть з Дубаєм...» / Оксана Войтко // День. – 2020. – 5 серп. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/konkuruvaty-zi-stambulom-tbilisi-i-navit-z-dubayem> (дата звернення: 5.08.2020).
 14. Українську туристичну індустрію розвиватимуть за стандартами ЄС // День. – 2020. – 25 черв. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/news/250620-ukrayinsku-turystychnu-industriyu-rozvyvatymut-za-standartamy-yes> (дата звернення 06.08. 2020).
 15. «За стандартами ЄС»: в уряді розповіли, як розвиватимуть «туристичні магніти» України [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/tourism/news/turistichni-magniti-v-ukrajini-rozvitok-turizmu-povini-11050895.html> (дата звернення 04.08.2020).
 16. МКІП та Мінрегіон почали працювати над розвитком культури й туризму в областях [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3068737-mkip-ta-minregion-pocali-pracuvati-nad-rozvitkom-kulturi-j-turizmu-v-oblastah.html> (дата звернення: 5.08.2020).

17. Сучасна туристична інфраструктура дасть змогу задіяти у сфері молодь і пенсіонерів – Ткаченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3084699-sucasna-turistica-infrastruktura-dast-zmogu-zadiati-u-sferi-molod-i-pensioneriv-tkacenko.html> (дата звернення: 18.08.2020).
18. Кириченко С. Візова лібералізація: діяти обережно, але діяти. Як туристична індустрія може допомогти Україні рятувати економіку / Сергій Кириченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/08/10/663859/> (дата звернення: 25.08.2020).
19. До Львова охоче подорожують поляки, білоруси і турки // Україна молода. – 2020. – 7 серп. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/148835/> (дата звернення: 07.08.2020).
20. Ємельяненко Я. Єдиний унікальний туризм в Україні. Зараз або ніколи / Ярослав Ємельяненко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://lb.ua/blog/yaroslav_emelyanenko/445334_iediniy_unikalniy_turizm_ukraini.html (дата звернення: 09.08.2020).
21. Солонина Є. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? / Євген Солонина [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html> (дата звернення 20.08.2020).
22. Рівненщина перемогла в міжнародному туристичному проєкті [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3069073-rivnensina-peremogla-v-miznarodnomu-turistichnomu-proekti.html> (дата звернення 26.08.2020).
23. Управління культури і туризму Рівненської ОДА отримало перемогу в міжнародному конкурсі програми Євросоюзу «Horizon 2020» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3069073-rivnensina-peremogla-v-miznarodnomu-turistichnomu-proekti.html> (дата звернення: 25.08.2020).
24. Рівненщина розширює європейський туристично-культурний шлях // Літературна Україна. – 2020. – 8 лип. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://litukraina.com.ua/2020/07/08/rivnenshhina-rozshirjuie-ievropejskij-turistichno-kulturnij-shljah/> (дата звернення: 25.08.2020).
25. На Рівненщині презентували проєкт «Великого культурного шляху „Via Regia”» // День. – 2020. – 8 лип. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/news/080720-na-rivnenshchyni-prezentuvaly-proyekt-velykogo-kulturnogo-shlyahu-regia> (дата звернення: 15.08.2020).

26. Антон Тараненко: «В туризмі немає проблем – є нові виклики» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://www.utg-net.ua/articles/anton_taranenko_%C2%ABv_turizm%D1%96_nemaє_problem_-_e_nov%D1%96_vikliki%C2%BB (дата звернення: 25.08.2020).
27. Українських туроператорів кличуть до Киргизстану [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3087385-ukrainskih-turoperatoriv-klicut-do-kirgizstanu.html>
28. Кравчук Є. Ми починаємо перезавантаження туристичної сфери // Євгенія Кравчук [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2020/08/21/7263789/> (дата звернення: 25.08.2020).
29. Іщенко Н. Україна як магніт. Якою має бути інформаційно-рекламна кампанія для залучення зарубіжних туристів / Наталя Іщенко // День. – 2020. – 12 черв. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/ukrayina-yak-magnit> (дата звернення: 18.08.2020).

Матеріал підготувала

М. Б. Лелик,
головний бібліограф
відділу наукового аналізу
та узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,16. Б/т. Зам. 63. Безплатно

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12