

-високу освітню сторону віртуального туризму.

Загалом також необхідно наголосити, що віртуальний туризм є цінним для підтримки та розвитку основної діяльності економічних суб'єктів у сфері туризму, дозволяючи пропозиції враховувати потреби та переваги клієнтів, які, здійснивши віртуальну подорож, вирішать відвідати країни, що їх зацікавили, та об'єкти.

Список використаних джерел

1. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf
2. Вишневська Г.Г. Впровадження інноваційних технологій в індустрії туризму. URL: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD11_Vyshnevaska.pdf

УДК 796.5-057.68-314.151.3-054.72(477)(4/9)

ТУРИЗМ В УМОВАХ НОВИХ ВИКЛИКІВ

Н.П. Борецька, доктор економічних наук, професор
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: внутрішній туризм, міжнародний туризм, інклюзивний туризм, ресоціалізація.

Туризм, як один з найважливіших видів економічної діяльності будь-якої країни, внаслідок двох світових хвиль пандемії зазнав глобальної кризи. Так, за підрахунками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) через пандемію кількість міжнародних подорожей у 2020 році скоротилася на 74% в річному обчисленні або на 1 млрд. В Україні ринок упав ще більше – на 88%. Ця тенденція зберіглася і у 2021 році - кількість туристів, які приїхали в Україну, зменшилася на 9% і в цілому становила трохи більше 3 млн проти 13,7 млн у 2019 році. [1]

За даними всесвітньої організації ООН у січні 2022 року індустрія міжнародного туризму почала відновлюватися та покращила показники порівняно з початком 2021 року. У всіх регіонах світу спостерігалось значне зростання туристичного потоку. Європа (+199 відсотків), Північна та Південна Америка (+97 відсотків), як і раніше, демонстрували найвищі показники, при цьому кількість міжнародних туристів склала приблизно половину рівня до пандемії.

Надії на переорієнтацію туристичних потоків на внутрішній туризм, та набуття темпів зростання розвитку туристичної індустрії після спаду пандемії через воєнні дії на території України не справилися. Війна в Україні створила нові проблеми для глобального економічного середовища та ризикує знизити рівень відновлення довіри до безпеки туристичних

подорожей – йдеться у заяві Всесвітньої туристської організації ООН від 31 березня.

Якщо війна буде продовжуватися, то може бути втрачено не менше 14 мільярдів доларів світових прибутків від туризму, прогнозують в ООН. З іншого боку, експерти кажуть, що це не такий величезний відсоток, щоб спровокувати реальну катастрофу у сфері туризму. [2]

Однак, в Україні розвиток туристичної галузі зазнає великих втрат у результаті падіння попиту населення, бо значна його частка вимушена виживати в ці складні часи та зберігати своє життя. Саме це сформувало велику кількість біженців, які покинули свої домівки та мігрували в інші країни.

Надзвичайно складні умови в першу чергу позначились на діяльності суб'єктів туристичної індустрії, частина яких залишилась на території воєнних дій, чи призупинила свою роботу в умовах воєнного стану та різкого обвалу туристичного ринку послуг. Разом з тим, деякі підприємства виїхали за кордон та поновлюють свою діяльність в інших реаліях. Після закінчення бойових дій вони можуть стати основними провайдерами туристичного бренду нашої країни.

Розглядаючи туризм в контексті сучасних подій на Україні, слід зазначити його стійкість під час світових економічних спадів та політичної нестабільності. Після цих спадів, як свідчить розвиток світового туризму, він швидко відновлюється. Так, після світової фінансово-економічної кризи у 2008 р. міжнародний туристський потік у 2009 р. знизився на 4%, у 2010 р. повернувся до зростання, а у 2017 р. виріс на 42% по відношенню до докризового рівня 2008 р.[3] Це свідчить про необхідність визнання туризму одним із важливих секторів економіки, який може стати одним із головних складових відродження країни у післявоєнний стан та подальшого розвитку національної економіки.

На думку фахівців, насамперед почне відновлюватися внутрішній туризм, оскільки країна виходитиме з воєнного стану неоднаково і не в один час. Кризова ситуація має підштовхнути український туристичний бізнес на створення нових туристських продуктів, залишаючи гроші в економіці країни. У цих непростих умовах потрібно сконцентрувати всі ресурси на розвитку внутрішнього туризму за обов'язкової участі транспортних компаній, туристичних агенцій та готельного бізнесу. В той же час, при наданні сприятливих умов з оподаткування, частина бізнесу повернеться на територію України.

Не менш важливим напрямком розвитку туризму в післявоєнний час стане інклюзивний туризм, як потужний інструмент ресоціалізації людей, які постраждали внаслідок бойових дій. Свої позиції з часом поверне і міжнародний туризм. При цьому до привабливостей України, як туристичної держави, може бути віднесений той патріотичний підйом, що демонструє держава та народ у відстоюванні своїх національних інтересів, а також розвиток руху волонтерства.

Список використаних джерел

1. Кириченко С. «Час ікс» для українського туризму. URL:<https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2022/01/26/681795/>
2. Війна в Україні може завадити відновленню туризму. Новини ООН. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/03/1420802>
3. Євтушенко В. А., Рахман М. С., Мангушев Д. В. Вплив міжнародного туризму на економічний розвиток та імідж окремої країни. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-2_0-pages-26_34.pdf
4. Борецька Н.П. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі: світовий досвід. URL: http://businessnavigator.ks.ua/journals/2021/67_2021/13.pdf

УДК 330.131.5-026.12+001.895

ГЛОБАЛЬНИЙ РЕГЕНЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Ю.М. Демків, кандидат економічних наук, доцент
Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: креативна економіка, креативний туризм, світові економічні регенерації, соціально-культурні та менеджмент-інновації.

Багато перешкод і дилеми стоять перед світовою туристичною галуззю після пандемії Covid-19 - епіцентру глобальних потрясінь, які посилили загрози екологічного, соціального характеру, що вже насувались. Актуальними стають серйозні переоцінки туристичного сектора та перегляд попередніх моделей, практик та схем управління, які виявилися згубними для приймаючих сторін, задля комплексного відродження галузі після пандемічної кризи.

Серед найбільш перспективних тенденцій у цьому секторі креативний туризм отримує зростаючу підтримку, як шлях до відновного розвитку та стійкості дестинацій, двом важливим компонентам процвітаючого туризму. Креативний туризм, за своєю сутністю персоналізований і заснований на контактах віч-на-віч або в невеликих групах. Це інноваційний вид, що просуває культуру, традиції регіонів та народів за допомогою прямих контактів із застосуванням менеджмент-інновацій.

Прогресивний розвиток креативної практики в туристичній галузі супроводжується загальною глобальною диджиталізацією господарської діяльності, що продукує ефективний синтез у побудові процесів та симбіоз традиційних і цифрових технологій для досягнення цілей глобальної регенерації індустрії туризму.

Ініціативи та заходи у всьому світі після пандемії Covid-19