

постраждалих сфер від подій 2019-2022 рр. є саме туризм. Міжнародні поїздки стали практично недоступними для більшості населення світу, через часті зміни проходження кордонів, відміни рейсів або через почуття безпеки. Через війну зруйновано більшість міст та туристичних об'єктів в Україні, відповідно відсутні туристичні потоки.

Саме це й стало новим поштовхом до розвитку віртуального туризму, який став більш як маркетинговим засобом чи грою, а також засобом для висвітлення подій та збереження пам'яті. Наприклад, завдяки технології віртуальної реальності, на сайтах можна пройти 3D-тури розбомбленими містами. Серед них: Ірпінь, Буча, Гостомель, Бородянка, Горенка, Стоянка[1].

Віртуальна екскурсія – це організаційна форма навчання, яка відрізняється від реальної екскурсії віртуальним відображенням реально існуючих об'єктів (музеї, парки, вулиці міст, тощо) з метою створення умов для самостійного спостереження, збору необхідних фактів [2].

На сьогоднішній день компанія Google розробила напрям «Google для туризму», що включає проекти, що пов'язані з національною кухнею, 3-D турами виноробнями, сироварнями та ресторанными залами різних регіонів країни та онлайн освітою, що включає цифрову грамотність для середнього та малого бізнесу, туристичних асоціацій, державних і громадських працівників туристичного сектора.

Компанія «Amadeus», відома як світовий постачальник ІТ-рішень у туристичній галузі, також нещодавно опублікувала звіт із перспективами на майбутнє, згадуючи свою думку про те, як VR впливатиме на туристичну галузь. Вони використовують наступні слова, щоб описати майбутнє з VR у 2030 році: «Рівень занурення, досягнутий VR, означає, що клієнти обиратимуть відвідувати простори VR у комфортному та статичному оточенні. Вітрини або простори віртуальної реальності будуть настільки ж важливими, як сьогодні веб-сайт для авіакомпаній, що надає потенційним клієнтам можливість випробувати поїздки, перш ніж купувати. Ця бізнес-модель «спробуй перед тим, як ти купиш» буде стандартною для туристичної галузі, а VR стане стандартною особливістю розважальної системи під час польоту в 2030 р. Однією з найцінніших послуг у VR буде для мандрівників можливість відтворити свої поїздки, коли вони повернуться: ринок «повторного досвіду» стане одним з найбільших нових ринків подорожей» [3].

Останнім часом в Україні завдяки підтримці культурних фондів, грантовим програмам та фінансовим ресурсам, зібраним на платформах типу «спільнокошт» з'явилося багато проектів з використанням інформаційно-комунікативних технологій, які націлені само на збереження та популяризацію культурної спадщини країни. Це оцифрування архітектурних родзинок, створення візуального архіву 3D-моделей пам'яток України, віртуальні тури та додатки доповненої реальності для смартфонів, віртуальні квести та екскурсії, створення інтерактивного оцифрованого варіанту музею або галереї, 3D-прогулянок тощо.

Отже, можна зробити висновок, що віртуальний туризм має великий потенціал, він має свої переваги та користується популярністю у певних груп людей. Віртуальний туризм став інноваційним засобом просування та популяризації національного туристичного продукту та показу туристичного потенціалу. Розвиток онлайн-туризму надасть можливість привабити більше іноземних рекреантів до країни і сприятиме розвитку внутрішнього туризму, а ще популяризації зелених садиб, що дозволить поживити відновлення економіки та якнайшвидшу відбудову України.

Література:

1. Стешенко А. В. Віртуальні подорожі як спосіб просування туристичного продукту. URL: <http://195.20.96.242:5028/khkdk-xmlui/bitstream/handle/123456789/1483/Стешенко.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 05.09.2023).
2. Коваленко О. Використання віртуальних екскурсій як сучасних форм організації навчального процесу. URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/9/part_1/22.pdf (дата звернення: 07.09.2023).
3. Rob Sinclair-Barnes. Future traveller tribes 2030 building a more rewarding journey. URL: <https://amadeus.com/documents/en/blog/pdf/2015/07/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf> (date of access: 11.09.2023).

ОМЕЛЬЧЕНКО В.Я.,

д.е.н., професор кафедри менеджменту та фінансів
Маріупольського державного університету, м. Київ
МАЦУКА В.М.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів
Маріупольського державного університету, м. Київ

ПІСЛЯВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ: ДОСВІД ХОРВАТІЇ, БОСНІЇ ТА ГЕРЦЕГОВИНИ, КИПРУ, ІЗРАІЛЮ, ЄГИПТУ, ГРУЗІЇ

Триває війна України з Росією, наслідками якої є людські втрати, інфраструктурні руйнування, економічні збитки, зокрема сфери туризму.

Натомість розвитку зовнішнього та внутрішнього туризму відбувається багатомільйонна міграція населення всередині країни і виїзд українських громадян за кордон не пов'язаний із туризмом. Водночас поступове звільнення територій України від військ Росії дає надію на мирне життя в майбутньому.

Війна порушила сферу туризму, спустошила ринки фінансів, енергетики та продовольчі, спричинила інфляцію у всьому світі. Туризм у більшості регіонів України призупинився. З огляду на такі тренди проблема відновлення туризму, зокрема у післявоєнний період, є актуальною, особливо в сучасних умовах, що і спричинило тематику дослідження.

Практика свідчить, що туристична сфера внаслідок війни сильно постраждала в Україні та за її межами.

Можна спрогнозувати, що війна вплине на туризм найбільш у Туреччині, Німеччині, Греції та на Близькому Сході. Такі негативні наслідки перш за все через зростання цін на газ і нафту, водночас і зростуть ціни на туристичні послуги.

Чим довше продовжуватися війна в Україні, тим більше це впливатиме на Європу. Такі прогнози надає Європейська туристична комісія. У 2022 році на Генеральній асамблеї ВТО ООН було призупинено членство Росії у Всесвітній туристичній організації [9].

Війна є серйозною перешкодою для розвитку туристичної індустрії континенту і змушує туристів шукати альтернативні напрямки у інших країнах. Туристи з інших континентів і країн (США, Канада, Китай, Японія та Бразилія) значно менше подорожуватимуть до Європи. Основними бар'єрами є небезпека та дороге житло. Слід зазначити, що диджиталізація та інновації в індустрії туризму потребують постійного менеджменту. Інфраструктура туристичної індустрії є напрямом діяльності, який через свою специфіку є необхідним. Запровадження інновацій як фактору розвитку туристичної індустрії призведе до активізації діяльності в цій індустрії та підвищенню конкурентоспроможності туризму на туристичному ринку світу.

Реалії війни визначають сучасні туристичні тренди в Україні:

- туристичний та готельно-ресторанний бізнес зосередився на волонтерстві, а туристичні хаби перетворилися на волонтерські або гуманітарні штаби [2, с. 587];

- найбільш безпечними в Україні є такі міста: Львів, Кам'янець-Подільський, Чернівці, Хмельницький, Тернопіль, Ужгород, Луцьк, Чернігів, Івано-Франківськ [4]. Місцеві гідни організують для внутрішньопереміщених осіб і місцевих жителів ознайомчі екскурсії містом, а частину отриманих матеріальних коштів перераховують на підтримку Збройних Сил України, і тим самим наближають перемогу країни;

- екскурсійні маршрути передбачають наявність бомбосховищ під час повітряної тривоги. Тобто реальна загроза ракетних ударів потребує стати туристичними стандартами постійно;

- мінімум на маршруті військових об'єктів частин, де може бути небезпечно;

- неможливість пляжного і пішохідного туризму через розташування у місцях військових дій.

Відновлення індустрії туризму в Україні після війни передбачає врахування досвіду інших країн, які також відчували кризу, економіка яких, і туризм зокрема, була зруйнована через військові дії, а зараз успішно розвиваються, зокрема у сфері туризму.

Прикладом успішного відновлення туристичної індустрії після війни для України є Хорватія, Боснія та Герцеговина.

У Хорватії туризм призупинився в 90-х роках 20 ст. під час громадянської війни. Стрімкий розвиток бюджетних рейсів авіаліній, дешеве житло, гарні пляжі і круїзні маршрути, легкий доступ з Центральної Європи сприяли відновленню туризму пізніше, вже у 2000-і роки. До Хорватії поступово стали виявляти інтерес стратегічні іноземні інвестори. Держава розпочала масштабну піар-кампанію туристичних місць. Хорватія має близько 1000 островів, 66 з яких заселені. Через такі географічні особливості, країну стали відвідувати туристи. Про туристичні «родзинки» Хорватії стали розповідати в іноземних виданнях, а також популярні блогери. Інформаційні кампанії запроваджують як централізовано, так і місцевими органами. Хорватські пляжі стали отримувати «блакитний прапор» за свою чистоту і екологічність. Туристичний сезон в країні триває з червня до жовтня, в цей час завантаженість готелів складає 100%. Приплив туристів дуже вплинув на економіку Хорватії. Близько 10 мільйонів туристів щорічно приносять великі доходи і генерують 15% ВВП Хорватії. Переживши складні часи, Хорватія зараз конкурує з Грецією за іноземних туристів. Країна увійшла до 5 туристичних лідерів Європи [1].

Досвід того, як країни відновлюють туризм після війни, можна запозичити у Боснії та Герцеговині, на прикладі таких міст, як Сараєво й Мостар. Війна в Боснії та Герцеговині відбувалася у 1992-1995 рр., але цей мир характеризується відсутністю військового конфлікту, а не дійсним примиренням.

В цих містах відновлено туристичні зони, хоча сліди військового конфлікту залишилися. Туристам проводять приватні виставки, де демонструють події збройного конфлікту, пропонують сувеніри обох історичних центрів, пов'язаних з війною (гільзи, перетворені на ручки та ін.).

Сараєво довго було «містом темного туризму» – житлові будинки пошкоджені снарядами. Але багато християнських храмів, мечетей, синагог відновлено. Для туристів у Сараєво влаштовують пам'ятні заходи. Місто також приваблює історичним центром та музеями.

Мостар поділено між Боснією та Хорватією, він менше постраждав від війни, У боснійській частині міста розташовано історичний центр і архітектурні пам'ятники. Боснійська сторона у Мостарі більш приваблива для туристів. Хорватська сторона Мостара більш успішна з інвестиціями та динамічною економікою. Туристи приїжджають у Мостар з Дубровника на денні екскурсії. Починаючи з 1995 року приріст туристів у країну складає 24% щорічно. Загальний внесок туристичної галузі в економіку Боснії та Герцеговини складає зараз 10,5% [7].

Крім Хорватії, Боснії та Герцеговини розглянемо досвід Кіпру, який є популярним туристичним напрямом після етнічного конфлікту Греції та Туреччини. Тренд реклами туризму на Кіпрі був подібен до

Хорватії: переваги туризму – поширена реклама в інших країнах [3]. Що сезону курортний острів отримує рекорди за кількістю туристів (близько 4,0 млн. чоловік). Доля туристичного бізнесу в економіці країни дорівнює 18%. На Кіпрі відмінна туристична інфраструктура та велика кількість пляжів відзначена «блакитним прапором» [7].

Приклад відновлення та розвитку туризму демонструє Ізраїль, під час постійної війни з Палестиною. Туризм в Ізраїлі зміг адаптуватися до тривалого військового конфлікту. Туризм в Ізраїлі складає 6,2% економіки. Найрозвинутіші види туризму в країні – це паломництво, медичний та культурний туризм. Щороку Ізраїль відвідують більше 4,5 млн. туристів. Зараз країна живе у стані війни з Палестиною. Але іноземні туристи охоче відвідують Ізраїль. Їх як магнітом притягує біблійний Єрусалим, традиційна кухня у Тель-Авіві та курорти Мертвого моря [7].

Єгипет розвиває туристичну індустрію швидкими темпами за рахунок історичних пам'яток та природних особливостей морського узбережжя (півострів Синай та провінція Хургада). Країну відвідують близько 15 млн. туристів щорічно. На туризм в економіці Єгипту приходиться близько 12%. У 1967-1970 рр. 20 ст. в країні йшла війна, з метою повернення Синайського півострова, який було захоплено Ізраїлем під час Шестиденної війни. Зараз про війну мало хто згадує. До Єгипту їдуть туристи з усього світу для відпочинку на морі, відвідування пірамід та ін.

Прикладом відновлення туризму після військового конфлікту є Грузія. Російсько-грузинський збройний конфлікт негативно позначився на економіці Грузії, а особливо на туристичній індустрії. До війни лише 2-3% населення світу знали про Грузію. Після збройного конфлікту в Грузії почався швидкий підйом туристичної галузі та країну стали впізнавати у світі. Це стало можливо завдяки розробки та впровадженню антикризової стратегії відновлення туризму [5, с. 60].

Таким чином, відновлення туризму в Україні після війни передбачає врахування досвіду інших країн, які постраждали від військових конфліктів та подолали кризу.

Перспективи відновлення та розвитку туризму в Україні після війни передбачають наступне:

- збільшення частки туристів до місць, які стають маршрутами пам'яті, символічними місцями, знаковими післявоєнними локаціями. Після військових дій популярним може стати пізнавальний туризм (Маріуполь, Буча, Ірпінь, Харків ін.) [8, с. 13];

- створення меморіалів у певних місцях України (Маріуполь, Бахмут, о. Зміїний), які можуть стати символами слави; – розробка планів, програм і стратегій відновлення територій [6];

- створення фондів для відновлення України;

- допомога міжнародних туристичних партнерів (відкриття бізнесу в Україні, створення нових робочих місць та ін.);

- розвиток воєнного, ділового, спортивного, освітнього, зеленого, медичного туризму; – пошук інноваційних методів та способів реалізації туристичних продуктів [3].

Таким чином, концептуальні засади відновлення туристичного потенціалу України після війни забезпечуть майбутній вектор розвитку туризму. Стратегічними орієнтирами відновлення туризму в Україні є: розвинена інфраструктура туристичних послуг, оцифрування рішень, інвестиційні та інноваційні проекти, унікальні бренди за кордоном. Ще важливим напрямом відновлення туристичних зон є розмінування прибережних територій. Для відновлення позицій України на міжнародному туристичному, необхідні нові способи реклами та продажу туристичних продуктів підприємствами. Отже, туризм є одним із перспективних способів залучення іноземних інвестицій в економіку України.

Література:

1. Курорти після війни. Хорватія увійшла до топ-5 країн Європи з туризму. РБК – Україна. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/strana-perezivshaya-voynu-horvatiya-voshla-1654509726.html> (дата звернення: 03.08.2023).

2. Мацука В.М. Туризм та війна: реалії й перспективи відновлення. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством:

Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30-31 травня 2023 р. Полтава, 2023. С.586-587. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/1239/zbirnykberezen2023ch2sekcija5101.pdf> (дата звернення: 03.08.2023).

3. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. (41). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (дата звернення: 03.08.2023). 4. Названо найбезпечніше місто в Україні. 5.ua. URL: <https://www.5.ua/dv/life/144452> (дата звернення: 03.08.2023).

5. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (дата звернення: 03.08.2023).

6. План заходів з післявоєнного відновлення та розвитку України, перелік пропозицій щодо пріоритетних реформ та стратегічних ініціатив, проектів нормативно-правових актів. Урядовий портал. 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення: 03.08.2023).

7. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. РБК – Україна. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html> (дата звернення: 03.08.2023).

8. Поїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник ХДУ. Сер.: Економічні науки. Херсон: Вид-во ХДУ, 2022. Вип. 46. С. 11-15. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2> (дата звернення: 03.08.2023).

9. Росію призупинили в членстві у Всесвітній туристичній організації ООН. Visit Ukraine. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/347/rosiyu-prizupinili-v-clenstvi-u-vsesvitnii-turistichnii-organizacii-onn> (дата звернення: 03.08.2023).

ОСИЧЕНКО Н.В., студентка ОС «Магістр»
спеціальності 073 «Менеджмент»
Маріупольського державного університету, м.Київ

ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Туризм став потужним каталізатором для сприяння миру шляхом сприяння культурному обміну та взаєморозумінню між різними громадами. Через залучення туристів до місцевої культури, традицій і об'єктів спадщини туризм заохочує діалог і взаємну повагу. Спільний досвід виходить за рамки культурних кордонів і слугує потужним інструментом миру, оскільки відвідувачі вступають у діалог, дізнаються про походження один одного та глибше цінують глобальне розмаїття. Такі взаємодії сприяють культивуванню мирного співіснування в глобальному масштабі.

Крім того, туризм відіграє вирішальну роль у вирішенні конфліктів і примиренні, особливо в постконфліктних регіонах. Це надає можливості для економічного зростання та співпраці, зменшуючи напругу між жителями різних країн.

Яскравим прикладом є Північна Ірландія, де туризм відіграв ключову роль у період після конфлікту. Залучаючи туристів своїми мальовничими ландшафтами, історичними місцями та жвавими містами, Північна Ірландія не лише відродила свою економіку, але й сприяла примиренню між своїми історично розділеними громадами. Це демонструє, що вплив туризму виходить за межі економіки, виступаючи провісником миру та єдності в регіонах, які колись постраждали від конфлікту.

Культурний туризм слугує унікальною лінзою, через яку можна спостерігати взаємодію різних діаспор в межах одного регіону. Він забезпечує платформу для демонстрації багатокультурного розмаїття та складної взаємодії різних спільнот. Мандрівники можуть досліджувати відмінні традиції, мови та історії груп діаспори, підкреслюючи як їхні відмінності, так і спільні аспекти. Це не тільки сприяє глибшому розумінню культурного розмаїття, але й проливає світло на динамічні обміни, які відбуваються на одній території.

Крім того, культурний туризм служить каталізатором толерантності та міжкультурного розуміння. Знайомство з різними звичаями та віруваннями кидає виклик стереотипам, сприяючи співпереживанню та прийняттю. Крім того, культурний туризм виховує культурну свідомість як серед мандрівників, так і серед приймаючих громад. Він підвищує обізнаність про важливість збереження культурної спадщини, спонукаючи зусилля щодо захисту та популяризації культурних цінностей. Це підсилює значення культурної спадщини у формуванні ідентичності та суспільства, сприяючи створенню більш взаємопов'язаного та гармонійного світу, де вшановується різноманітність, кидаються виклики стереотипам.

Сталий туризм відіграє ключову роль у захисті природних і культурних ресурсів. Він визнає важливість практики відповідального туризму для захисту вразливих екосистем і збереження історичних місць, традицій і знань корінного населення. Сталий туризм не тільки забезпечує довговічність цих безцінних активів, але й зміцнює місцеву економіку. Цей підхід наголошує на збереженні навколишнього середовища, розширенні можливостей місцевих громад і створенні автентичних вражень для туристів.

Крім того, практика сталого туризму наголошує на відповідальному управлінні ресурсами та залученні громади, забезпечуючи справедливий розподіл економічних вигод. Громади заохочуються брати активну участь у розвитку туризму, зберігаючи свою культурну спадщину та охороняючи своє природне середовище. При відповідальному управлінні туризм може сприяти інклюзивному зростанню, приносячи користь не лише великим містам, а й сільським і віддаленим районам. Такий підхід не тільки сприяє економічній стійкості, але й допомагає подолати соціальну нерівність, зрештою сприяючи досягненню ширших цілей миру, різноманітності, толерантності та сталого розвитку.

Розробка стратегії просування культурного іміджу через туризм передбачає багатогранний підхід. Це вимагає розвитку культурного досвіду, який резонує з туристами, включаючи культурні фестивалі, екскурсії спадщиною та захоплюючі заходи. Співпраця між місцевими громадами, урядами та туристичними агентствами має важливе значення для ефективної демонстрації унікальної культурної самобутності регіону. Висвітлюючи відмінні традиції, мистецтво, кухню та історичні оповіді, напрямки можуть вирізати тривалий культурний образ у свідомості мандрівників, спонукаючи їх глибше залучитися до місцевої спадщини.

Це передбачає визначення ключових пам'яток, інвестиції в інфраструктуру та доступність, а також ефективний маркетинг місця призначення для цільової аудиторії. Стратегічне узгодження між туризмом та іміджем регіону не тільки сприяє економічному процвітанню, але й підвищує визнання та оцінку регіону в