

Туристично-рекреаційна галузь завдяки появі нових цифрових технологій, знаходиться на етапі чергових перетворень. Нові технології, які створюються, дозволяють туристу і рекреанту безпосередньо працювати з виробником туристично-рекреаційної послуги, що сприяє наданню споживачеві більш якісного і недорогого продукту, підвищуючи відповідальність виробника. Отже, у найближчій перспективі для більшості галузей будуть характерні істотні перетворення, пов'язані зі зміною бізнес-моделей, лідерів, проривних інновацій. Беручи до уваги нові тенденції, гравці ринку продажу туристично-рекреаційних послуг планують боротися за клієнта в цифровому просторі, що є наслідком глобальної діджиталізації [1].

Таким чином, стрімкий розвиток цифрової економіки в світі забезпечує підвищення конкурентоспроможності держав, галузей, підприємств. Виникнення інформаційного суспільства, яке формує цифрову, віртуальну реальність зі специфічними соціальними, культурними, споживчими практиками, багато в чому зумовило інноваційні процеси в сфері туризму і рекреації, тому дослідження віртуальних туристичних і рекреаційних послуг як особливого соціокультурного явища, що об'єднує як історико-культурну спадщину держави, так і найсучасніші інформаційні технології в сфері територіального розвитку та комунікацій відповідає сучасним викликам і тенденціям глобального розвитку.

Список використаних джерел:

1. Крапівіна Г.О., Марченко І.Ф. Віртуалізація в туристично-рекреаційній сфері: навчальний посібник з дисципліни «Інновації в туризмі (Віртуалізація туризму)» для здобувачів вищої освіти рівня «магістр» спеціальності 242 «Туризм і рекреація» всіх форм навчання. –Дніпро: ПДТУ, 2023. 182 с.
2. Ianioglo A., Rissanen M. Global trends and tourism development in peripheral areas. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2020. Vol. 20. P. 520-539.
3. The World Tourism Organization (UNWTO). Why VR tourism? URL: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.
4. Williams A. P., Js. P. Hobson Virtual Reality and Tourism: Fact or Fantasy? *Tourism Managt.* 1995. № 16(6). P. 423 - 427.

Донченко Вікторія,
здобувачка, 242 Туризм
Науковий керівник: Белобородова Марія, к.е.н.,
НТУ «Дніпровська політехніка»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЦЕНТРАЛЬНІЙ ЄВРОПІ

Європа сьогодні отримує 58% всіх міжнародних туристів і більше половини світових доходів від туризму, тим самим зберігаючи глобальне лідерство. Ресурсна основа – як природна, так і культурна – європейського туризму є однією з кращих у світі. З її переважно помірним кліматом, різноманітним ландшафтом, багатою флорою та дикою природою. Центральної та Східної Європи вдасться залучити більше мандрівників у майбутньому.

Країни Центральної Європи стикаються з особливими труднощами в розвитку свого туристичного сектору, а саме:

- глобалізація, яка зазвичай включає в себе напруженість, конфлікти через купівлю власності, інфляції;
- відсутність можливості якісної освіти працівників та покращення професійних навичок;
- малий асортимент туристичних продуктів;
- туристи концентруються в столиці;
- розповсюдженість переважно сезонного туризму.

Асамблея Європейських регіонів заохочує ці країни більше інвестувати в регіональний розвиток, навчання, комунікаційну політику, податкові пільги та створення державно-приватного партнерства в туристичному секторі.

Європейська Комісія започаткувала ініціативи у вигляді п'яти підготовчих програм з цільових актуальних питань для європейського туризму:

1. Ініціатива «EDEN» зосереджена на просуванні європейських туристичних «напрямків передового досвіду», іншими словами, маловідомих або нових напрямків, які дотримуються принципів сталого розвитку. Фінансування цієї підготовчої програми закінчилося в 2011 р., але комісія продовжувала реалізовувати ініціативу в рамках програми конкурентоспроможності підприємств і малих і середніх підприємств (COSME).

2. Ініціатива «Каліпсо» зосереджена на соціальному туризмі для людей похилого віку, малозабезпечених молодих людей, неблагополучних сімей та осіб з обмеженою мобільністю. Програма дозволила співфінансувати кілька транснаціональних партнерств, спрямованих на створення соціального туристичного співробітництва та механізмів обміну. Серед інших заходів, ЄС підтримав створення платформи e-Calypso, що зв'язує попит і пропозицію для соціально інклюзивного туристичного відпочинку [1].

3. Програма DiscoverEU, серед кількох інших програм з просування туризму, дозволяє 18-річним європейцям подорожувати ЄС та дізнаватися більше про різноманітність Європи. ЄС також співфінансує трансграничні проекти сталого туризму для диверсифікації можливостей туризму в Європі.

Для вирішення проблем в розвитку країнам Центральної Європи потрібне збільшення туристичного попиту, поліпшення асортименту туристичних продуктів і послуг, підвищення якості туризму, доступності, розширення соціально-економічної бази знань галузі, сталого розвитку.

Системи природоохоронних територій в країнах Центральної Європи розкидані і невеликі за площею і найчастіше містять похідні або напівпохідні екосистеми. Більшість національних парків Центральної Європи приурочені до гірських системи помірної і субтропічної поясів [2].

Національні парки включають найкраще збережені природні території. Разом із заповідними ландшафтами, природними та регіональними парками, вони становлять щось на зразок послідовних етапів комбінування природоохоронних та рекреаційних цілей, природоохоронні та культурні землі. Природні заповідники мають ознаки як суворо охоронюваних і керованих територій. Сьогодні налічується понад 440 природних заповідні території в Центральній Європі, включаючи 75 національних парків, 6 з них є пам'ятками природи глобального значення. З них найбільші (понад 50 тис. га) розташовані в Угорщині, Словаччині, Словенії, Македонії, Сербії та Чорногорії. Лідером за кількістю натуральних природоохоронних територій є Польща. Індикатор природно-заповідних територій (їх частка), в тому числі національних парків у загальній площі країни може вказувати на екологічну стійкість рекреаційного навантаження. З цієї точки зору найсприятливіші можливості для розвитку екологічного туризму має Словаччина і Словенія.

Туристичний ринок має інноваційну сприйнятливість, це призвело до розвитку нетрадиційних форм туризму (екологічний, екстремальний, міський, агротуризм, фермерський, ностальгійний, фольклорно-етнографічні та ін.) у багатьох країнах регіону. Тому багато туристичних центрів почали спеціалізуватися на наданні комбінованих туристичних послуг. Пошук таких видів туризму, де країна може мати абсолютну або порівняльну перевагу є метою підвищення конкурентоспроможності в туристичних послугах європейського ринку. У зв'язку з цим кількість багатофункціональних туристичних центрів, об'єднаних з використання природно-рекреаційних та культурно-історичних ресурсів збільшується. Оздоровчі та оздоровчі програми поєднуються з культурно-розважальною та освітньою діяльністю. Наприклад, на курортах Чехії відкриті сцени камерного театру, галереї та виставкові зали, танцювальні кафе, гральні заклади та нічні клуби. Вони розширюють

можливості активного відпочинку, створюють умови для гри в гольф і теніс, плавання, яхтингу, верхової їзди, карате, піших та велосипедних прогулянок.

У сучасних економічних умовах чинник традиції продовжує відігравати важливу роль у розвитку туризму. Країни, імідж яких в окремих видах туристичного розвитку був закріплений тепер ефективніше продають свій туристичний продукт, що виражається в постійному зростанні доходів від міжнародного туризму [3].

У боротьбі за споживача особлива увага на покращення туристичної інфраструктури. Інтенсивний розвиток в перехідній економіці неможливий без залучення іноземних інвестицій. Наприклад, Словаччина для відродження курортного бізнесу, поступово розвивала в країні гірськолижний туризм. За допомогою іноземних інвесторів, термальні курорти оснащені сучасним обладнанням і технології. Незабаром країна зможе переорієнтуватися на туристичні потоки, що прямують до сусідньої Чехії.

Для того щоб покращити конкурентоспроможність рекреаційних ресурсів потрібно розвивати внутрішній туризм. Внутрішній туризм є необхідною основою для розвитку міжнародного туризму. Тому підтримка туристичного бізнесу на державному і на місцевому рівні необхідна.

Список використаних джерел:

1. Король О.Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл. Монографія. Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2018. 512 с.

2. Bieloborodova M., Bondarenko L., Shapoval V. Ways to overcome the crisis in tourism sector under quarantine restrictions. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. №(8). С. 15-21. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8>.

3. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

Коростильов Роман,

здобувач, 242 Туризм

Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к.геол.н., доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ: «РОЗУМНА ДЕСТИНАЦІЯ»

Поняття «розумної дестинації» у дослідженнях економіки туризму нерозривно пов'язане з поняттями «розумного міста», «розумної екосистеми» та подібними до них у суміжних галузях наукового знання – від соціальнокультурної антропології до екології людини, містобудування, мережевої архітектури та стратегічного менеджменту.

Існуючі на сьогоднішній день підходи до проблеми «розумної» туристичної дестинації можна поділити на дві групи:

– що акцентують увагу на ролі «розумних» технологій у процесі маркетингу та споживання туристичних послуг;

– що розглядають «розумні» дестинації як окремий випадок розумного міста».

Теоретико-методологічні орієнтації цих досліджень, відповідно, різні: у першому випадку аналіз ведеться з погляду на організацію бізнесу, тоді як у другому – розростається вшир, охоплюючи аспекти енергозбереження та сталого розвитку, безбар'єрного середовища існування, підтримки історично маргінальних субкультур тощо [2].

Термін «дестинація» у географічному розумінні туризму означає місце призначення, місце, яке туристи обирають для відвідування. У документах Всесвітньої туристичної