

4. Ляшенко В. І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 252 с.

5. Стратегія цифрового розвитку інноваційної діяльності України (WINWIN) до 2030 року. Кабінет Міністрів України. Київ, 2021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/strategy-winwin> (дата звернення: 10.03.2025).

6. Про хмарні послуги : Закон України від 17 лютого 2022 № 2075-IX. *Відомості Верховної Ради України*. 2023. № 15. ст.52.

7. Панченко М. Цифрова трансформація як напрям післявоєнного відновлення та реалізації інноваційно-інвестиційного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-490-3-86>

ВИКЛИКИ ТА АДАПТАЦІЯ: ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЗАГРОЗ В ОСТАННЄ ДЕСЯТИЛІТТЯ

Гринюк Т. А.

*кандидат географічних наук,
старший науковий співробітник*

*Інститут географії Національної академії наук України
м. Київ, Україна*

Борисова О. В.

*кандидат географічних наук,
доцент кафедри туризму*

*Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

Горміз О. В.

молодший науковий співробітник

*Інститут географії Національної академії наук України
м. Київ, Україна*

Туристичний бізнес, як відомо, є одним з найбільш чутливих секторів третинного сектору світового господарства. Його тісний зв'язок з економічною стабільністю робить його особливо вразливим до будь-яких негативних змін. Відповідно, будь-які негаразди у сфері матеріального виробництва, такі як економічні кризи, політична нестабільність або природні катастрофи, неодмінно стануть «тригером», який запускає ланцюгову реакцію нестабільності та непрогнозованості процесів у

третинному секторі, а відтак, у сфері гостинності та окремих видах бізнесу, що є дотичними до туристичного. Ця чутливість зумовлена кількома факторами: 1) Залежність від споживчих витрат: Туристичні послуги часто вважаються дискреційними витратами, тобто тими, від яких споживачі можуть легко відмовитися в умовах економічної невизначеності. 2) Глобальний характер: Туристичний бізнес має глобальний характер, що робить його вразливим до подій, що відбуваються в будь-якій частині світу.

3) Вплив зовнішніх факторів: На туристичний бізнес впливає широкий спектр зовнішніх факторів, таких як політична стабільність, безпека, екологічні умови та технологічні зміни. В умовах нестабільності туристичні компанії змушені адаптуватися до нових реалій, впроваджуючи такі стратегії, як: диверсифікація послуг та ринків; оптимізація витрат; активне використання цифрових технологій; підвищення рівня безпеки та гігієни; фокус на внутрішньому туризмі. Ці заходи допомагають туристичному бізнесу вижити в умовах кризи та підготуватися до майбутнього відновлення.

Щороку кількість туристів в Україні поступово збільшувалась, при цьому забезпечилась позитивна тенденція щодо перспектив. Україна на туристичному піку від рекордів до пандемічного спаду демонструє хвилеподібні рухи. Особливі трансформації відбуваються під впливом низки викликів, як зовнішніх, так і пов'язаних з внутрішніми втратами за наслідками світової пандемії і агресивної війни росії в Україні [1]. Період 2017-2019 років став золотою епохою для українського туризму, коли країна приймала в середньому 13-15 мільйонів іноземних гостей щорічно. Експерти однотайно визнали 2019 рік вершиною розвитку «економіки гостинності» в Україні, прогнозуючи подальше зміцнення позицій на світовій арені.

Однак, 2020 рік, який мав стати продовженням успішного зростання, приніс несподіваний поворот подій. Пандемія COVID-19 завдала нищівного удару по туристичній галузі, скоротивши кількість відвідувачів до 3,3 мільйонів за весь рік. При цьому, 1,8 мільйони туристів встигли відвідати Україну в перші три місяці до початку пандемії. На цьому тлі світовий бізнес мав «перезапустити» всі економічні процеси таким чином, щоб не втратити позиції на світових ринках остаточно [2]. Однак популярності в цей же час несподівано почав набирати внутрішній туризм. Українці відкрили для себе власну державу з іншого боку. Стало з'являтися багато інформації про туристичні центри нашої держави, які раніше не переймалися промоцією. Проводилась активна робота з популяризації курортних міст України, як загальновідомих, так і «нових» віддалених, іноді частково забутих та несправедливо віднесених до так званих «провінційних». Українці почали мандрувати рідними, проте досі незвіданими куточками. Хвилі пандемічного «армагедону» заважали системному відродженню внутрішнього та міжнародного туризму, проте, протистояти українському бажанню «рухатись» всупереч обставинам

ставало все складніше. У 2021 році туристичні потоки почали відроджуватись. До України знову поїхали іноземці, зокрема, протягом 2021 року туристопотік склав 4,3 млн. гостей, 70% з яких становили європейці. У цей рік запрацювала програма залучення іноземних мандрівників та відкриття нового туристичного ринку, запроваджена керівництвом України. Завдяки злагодженій роботі влітку 2021 року туристи із Саудівської Аравії створили в Україні справжній туристичний бум, до нашої країни приїхало понад 50 000 гостей з цієї далекої країни. Наприклад, лише за два місяця травень-червень 2021 року Україна «заробила» 25 мільйонів доларів на туристах з Перської затоки. Згідно думок туризмологів-практиків агенції «Київський супутник», потік туристів з Саудівської Аравії справді зріс непрогнозовано. Далися ознаки також логістичні переваги, велися успішні перемовини про прямі чартерні рейси, зокрема, з Бахрейну до України. Вплинули також інші фактори, як геополітичні, так і ментальні, релігійні. Не останнє місце серед факторів, що сприяють обранню тієї чи іншої держави для туристичної подорожі, залишається відносна дешевизна послуг [2]. Така доступність часто є найвпливовішим фактором при виборі країни для подорожей або навіть для переїзду. У світовому туризмі є інформація про ТОП країн з невисокою вартістю життя. Так, у рейтингу видання International Living було враховано «витрати на продукти, оренду житла, комунальні послуги, харчування, відвідування спортзалу, транспорт і подорожі, а також непередбачувані витрати, пов'язані з проживанням за кордоном». Відповідно, «найдешевшими» державами для подорожей та життя у 2022 році стали Камбоджа, Болівія, В'єтнам та тропічний індонезійський острів Балі. Україна могла би продовжити цей ТОП та долучитись до рейтингу «найдешевших» держав світу для подорожей. Далі для України 2022 рік і війна. Деякі експерти вважають, що туризм в Україні зовсім зазмер, окремі, що просто змінилась мета та характер подорожей. Важко коментувати ці «нереальні» реалії, проте Українці мандрують, заради перезавантаження та зниження рівня тривоги. Деякі Українці вперше виїждять за межі свого населеного пункту та потрапляють туди, куди не могли поїхати багато років через постійну роботу та нестачу часу. Ці факти надають сили вірити, що український туризм є «живим».

Керівник та засновник Smart Education Hotel School Олександр Чорний у своїх інтерв'ю аналізує, які втрати несе галузь з початку війни та яким став туризм в Україні з початком збройної агресії росії. Йдеться про те, що фактично з 24 лютого на 100% втрачено в'їзний туристичний трафік, зазмер діловий туризм, а локальний перетворився на міграцію внутрішньо переміщених осіб. Відбулася майже повна зупинка у діловому туризмі. Потрібно влучне пояснення та розуміння, коли в Україні почне відроджуватись в'їзний туризм, а разом із ним – діловий сегмент у вигляді великих конференцій, тренінгів, семінарів тощо [1, 3]. Основним фактором при цьому залишається потреба повної безпеки. Обидва напрямки туризму

тісно пов'язані між собою, проте, вони дуже проблематичні без авіасполучення. Не варто не враховувати фактор Covid-19, який залишив по собі вміння організовувати бізнесові заходи онлайн без відчутної втрати їх якості та результативності. Дається взнаки також той факт, що близько 10% ще недавно українського бізнесу вже повністю перенесли свої офіси за кордон. Остання тенденція поки не збавляє обертів, відтак, відбувається втрата частини активної бізнес-спільноти. Загалом, на думку експертів туристичного ринку, відродження МІСЕ (ділового туризму), швидше за все, почнеться не з класичних бізнесових заходів, а якраз із великих подій, ініційованих країнами-партнерами України по її відбудові після війни. Для України 2022 рік став одним з найважчих в сучасній історії. В умовах повномасштабного вторгнення росії, День туризму в Україні 27 вересня 2022 року (Всесвітній день туризму) був не про урочисті святкування, а про можливість нагадати, яка мальовнича та чудова у нас країна та як ми хочемо справедливого миру.

Економічний спад, санкції проти росії, стратегія Китаю «нуль ковід», агресія росії в Україні з потужними наслідками, затримують відновлення світової економіки в цілому та певною мірою, туризму. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН, у 2024 році понад 1,4 мільярда людей здійснили міжнародні подорожі. Це вражаюча цифра, яка свідчить про майже повне відновлення туристичної галузі після пандемії COVID-19.

Ось деякі ключові моменти зі звіту: 1) відновлення до рівня 2019 року;

2) 1,4 мільярда туристів становлять 99% від показників 2019 року, що є свідченням швидкого відновлення туристичної активності; 3) туристична галузь у 2024 році принесла дохід у розмірі 1,9 трильйона доларів. Це означає, що в середньому кожен турист витратив понад 1000 доларів [1]. В той же час, фактори, що впливають на відновлення: зняття обмежень на подорожі в багатьох країнах, зростання попиту на внутрішній і міжнародний туризм, розвиток нових туристичних напрямків, вплив на Україну: згідно з даними, які були отримані з інших джерел, таких як «Опендатабот», в 2024 році, велика кількість Українців виїхали за кордон. І значна частина з них не повернулась. Так, у 2024 році різниця між виїздами та поверненнями становила 443 тис. осіб, що у 3,3 рази більше, ніж у 2023 році, коли ця цифра була лише 134 тис. Ці дані показують, що в Україні, в умовах війни, ситуація з туризмом, та міграцією, дуже відрізняється від загальносвітової. Туризм відіграє важливу роль у світовій економіці та продовжує зростати тощо [4].

Сучасний туризм переживає епоху цифрової трансформації, де технології стають не просто інструментом, а й каталізатором нових вражень. Туристи все частіше покладаються на мобільні додатки для персоналізації своїх подорожей, від вибору маршруту до бронювання унікального житла. Віртуальна реальність відкриває двері до недоступних місць, дозволяючи зануритися в атмосферу майбутньої подорожі ще до того, як зробити перший крок. «Розумні» готелі з автоматизованими

системами реєстрації та роботами-консьєржами стають стандартом, забезпечуючи бездоганний комфорт. Повернення до коріння: локальний туризм як тренд майбутнього. У світі глобалізації зростає прагнення до автентичності та унікальності. Локальний туризм стає не просто альтернативою, а й способом глибше пізнати культуру та традиції свого регіону. Уряди різних країн активно підтримують розвиток внутрішнього туризму, відкриваючи мандрівникам маловідомі, але надзвичайно цікаві місця. В Україні, наприклад, зростає інтерес до історичних міст, таких як Чернігів та Кам'янець-Подільський, а також до природних див Херсонщини, Дніпровських плавнів. Сучасний мандрівник прагне не лише до нових вражень, але й до відновлення внутрішнього балансу. Здоровий відпочинок стає невід'ємною частиною подорожі. Спортивні тури, йога-ретрити та спа-курорти з лікувальними процедурами набувають все більшої популярності. Особливо затребувані місця з природними ресурсами, такими як мінеральні води та термальні джерела, де можна поєднати відпочинок з оздоровленням тощо.

Згідно з прогнозами аналітиків, до 2025 року очікується значне зростання міжнародного туризму. Цьому сприятиме розвиток авіасполучення, спрощення візових вимог та покращення туристичної інфраструктури. Туризм не лише стимулює економічне зростання, але й сприяє культурному обміну та зміцненню зв'язків між людьми з різних кутків світу. Він стає платформою для діалогу та взаєморозуміння, відкриваючи нові можливості для особистого та суспільного розвитку.

Україна – це симфонія краси, зіткана з морських просторів та гірських вершин, з історичних міст та неприступних фортець, з величних старовинних будівель та загадкових замків. Безкраї ліси, безмежні поля, глибокі кар'єри та величні промислові об'єкти – все це створює неповторний ландшафт, де кожен куточок дихає історією та культурою. Україна – це держава з могутнім духом, з багатими традиціями, що передаються з покоління в покоління. Вона була, є і завжди буде незалежною, незламною та вільною.

Ми віримо, що Україна відвоює та відновить кожне своє місто, збереже свою культурну спадщину, поверне до мирного щасливого життя Київ, Одесу, Львів, Херсон, Тернопіль, Харків, Маріуполь, Донецьк, Ялту, Бердянськ. Перемога принесе економічну стабільність, безпеку та віру у світле майбутнє, де пануватимуть європейські цінності та процвітатиме туризм. Україна – це держава, яка вражає своєю красою, надихає силою та зачаровує душею.

Література:

1. Макаренко Н. Нова сторінка. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL: www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html.

2. Global Trends in Tourism and Imperatives of the Circular Economy in the Context of Sustainable Environmental Development of States., Borysova Oksana, Oleg Gryniuk, Tetiana Mykhailenko, Tetiana Shparaha, Tetiana Hryniuk. *Review of Economics and Finance*, 2022. № 20, P.196-202. DOI: <https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.23> Retrieved from https://refpress.org/wp-content/uploads/2022/10/Borysova_REF.pdf

3. Hryniuk D. Yu., Hryniuk T. A. Economic and geographical aspects of the study of the competitiveness of the region. *Economic Development: Global Trends and National Peculiarities*. – *Collective monograph*. Kielce, Poland: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. Vol 2. pp. 302-318. ISBN 978-9934-588-61-7. doi: 10.30525/978-9934-588-61-7-21.

4. Григоренко М. Названо головні туристичні тренди на 2024 рік: є кілька сюрпризів – УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/2024-rik-zdivuye-turistiv-novimi-trendami-u-podorozhah-na-shcho-varto-zvernuti-uvagu-12458196.html>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-490-3-87>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Дишкантюк О. В.

*кандидат технічних наук, доцент,
декан факультету менеджменту,
готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Власюк К. В.

*доктор філософії з менеджменту,
старший викладач кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

У сучасному світі діджиталізація є не просто технологічним трендом, а стратегічним підходом до вдосконалення бізнесу. Це не лише впровадження нових технологій, а й глибока оптимізація всіх сфер підприємницької діяльності – від управління і маркетингу до гостьового сервісу.

Діджиталізація змінює підходи до ведення бізнесу, забезпечуючи більш швидке, економічно вигідне та безпечне виконання завдань. Важливо, що цей процес не вимагає повного переформатування компанії, а натомість