

спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» /Н.В.Язвінська. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 37 с.

3. Маркетинговий менеджмент/Біловодська О.А. 2020. 401 с.

4. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: «Кондор». 2016. 556 с.

УДК 338.78

Зайцева Валентина

к.п.н., професор,

завідувач кафедри туристичного, готельного та

ресторанного бізнесу,

Національний університет «Запорізька політехніка»

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В ПОВОЄННИХ УМОВАХ

У повоєнних умовах економічної й політичної нестабільності очевидною є необхідність переорієнтації потоку виїзного вітчизняного туризму на розвиток внутрішнього туризму, тобто слід бути готовими до задоволення потреб іноземних та внутрішніх туристів в DESTINATION або регіоні їх перебування. Розвиток галузі туризму в Україні набуває великої актуальності, оскільки надає стимулюючий вплив на інші сектори економіки, залучає та мотивує джерела інвестування різних рівнів, створює значну кількість робочих місць, збільшує базу оподаткування, зберігає культурний та історичний потенціал країни, сприяє розвитку міжнаціонального та міжкультурного діалогу.

Наразі причинами зниження зовнішнього туристичного потоку в Україну стали [1]:

- 1) військова агресія росії;
- 2) нестабільна та несприятлива політична та економічна ситуація у міжнародному просторі;
- 3) негативна інформація про військовий конфлікт, які надаються недружньо налаштованими міжнародними засобами масової інформації;
- 4) постійне зростання цін на туристичні продукти;
- 5) якість, яка не відповідає світовому рівню обслуговування іноземних туристів.

На збереження позитивних довоєнних тенденцій та традицій у післявоєнному розвитку вітчизняного туризму впливає безліч чинників: Україна має багату, суттєву і значущу, у тому числі на світовому рівні, культурну спадщину, здатну повною мірою задовольнити інтереси та потреби людей при відвідуванні нашої країни; з огляду на збереження складнощів з відвідування найбільш популярних зарубіжних курортів, прогнозується підвищення попиту з боку українських громадян на вітчизняні туристичні продукти послуги, сервіси; аналітики очікують зростання туристичних прибутків при збереженні обсягів в'їзду в країну порівняно з довоєнними роками, незважаючи на зниження візитів іноземних громадян до України. Починаючи з 24 лютого 2022 року [2].

Для післявоєнного відновлення і сталого розвитку туристичної індустрії всередині країни слід вжити цілий ряд заходів:

- 1) розширення й розвиток туристичної інфраструктури в усіх напрямках (транспортна, інформаційна, культурна, комунікаційна);
- 2) безперервна розробка і просування нових туристичних продуктів, маршрутів, транспортних та супутніх послуг;
- 3) надання фінансової підтримки галузі за участі держави;

4) мотивування підприємців на здійснення туристичної діяльності та розвиток об'єктів інфраструктури;

5) підвищення кваліфікації фахівців індустрії туризму, створення системи безпеки, сертифікації та підвищення якості наданих продуктів та послуг;

6) використання сучасних маркетингових і інформаційних технологій для підвищення іміджевого статусу вітчизняних туристичних продуктів, маршрутів та курортів;

7) активне використання та впровадження інформаційних технологій, що є одним з найбільш ефективних способів підвищення споживання туристичних продуктів та послуг.

Поточна криза на внутрішньому туристичному ринку виявила проблеми, що накопичувалися в галузі роками, показуючи нагальну необхідність у зміні підходів до організації бізнес-процесів у індустрії вітчизняного туризму. У повоєнному періоді становлення й розвитку галузі привертає увагу необхідність створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який має бути затребуваним і доступним [3]. У цьому сенсі логічно забезпечити комплексний розвиток та обов'язковий благоустрій туристично-рекреаційних територій. Особливу увагу слід приділити розвитку інфраструктури туризму та цифровізації індустрії туризму, спрямованої на підвищення ефективності роботи галузі, її прозорості, скорочення транзакційних витрат та інших позитивних ефектів; на першому плані мають бути комфорт та безпека туристів.

Таким чином, повоєнне відновлення та розвиток внутрішнього туризму можливе при здійсненні комплексу заходів і ефективну взаємодію суб'єктів туристичної галузі, підтримці держави, розвитку транспортної, інформаційної, культурної інфраструктури туристичної галузі та активному просуванню інформації про туристичні об'єкти.

Список використаних джерел

1. Кукліна Т.С., Цвілий С.М., Журавльова С.М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. Підприємництво та інновації. Науковий журнал. Київ : ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів», 2022. Вип. 23. С. 12–15.

2. Цвілий С.М., Жилко О.В., Зайцева В.М. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. Вісник Сумського національного аграрного університету. Суми : СНАУ. Вип. 3(95), 2023. С. 2125.

3. Цвілий С.М. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії. Сталий розвиток економіки. Наукове видання. Хмельницький : Університет економіки та підприємництва. № 1 (46). 2023. С. 149–154.

УДК 338.467.6

Зіноватна Поліна

здобувач вищої освіти Факультету менеджменту,
готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародного гуманітарного університету

Левченко Сергій

викладач кафедри менеджменту
Міжнародного гуманітарного університету

ІННОВАЦІЇ В ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТІ

Івент-індустрія, починаючи з 2020 року почала зазнавати збитків, які спочатку були спричинені пандемією COVID-19, а пізніше – повномасштабним вторгненням. Однак, попри значні втрати, можна відмітити, що й ця сфера