

УДК 338.48

Гнидюк Т. А. – студентка спеціальності “Екологія”, ступеня вищої освіти “Магістр” КЗВО “Вінницька академія безперервної освіти”

Науковий керівник: Рябоконт О.В. – кандидат географічних наук, доцент кафедри екології природничих та математичних наук КЗВО “Вінницька академія безперервної освіти”

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Анотація. *Тема дослідження зосереджена на вивченні перспектив розвитку туристичної галузі в умовах післявоєнного відновлення. Після завершення воєнних конфліктів значний акцент ставиться на відновлення економіки, в тому числі і туристичної інфраструктури. Важливою складовою є аналіз впливу війни на зміни в поведінці туристів, зокрема у зв'язку з безпекою, економічною ситуацією та змінами в соціальних перевагах. Стаття вивчає можливості розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, зокрема, потенціал для відновлення популярних туристичних напрямків, модернізації транспортної та готельної інфраструктури, а також підвищення якості туристичних послуг. Особливу увагу приділено розвитку еко- та культурного туризму як важливих факторів сталого розвитку в післявоєнний період. Тема є актуальною, оскільки дозволяє глибше зрозуміти, які саме стратегії та інновації можуть сприяти ефективному відновленню туристичного сектору після глобальних потрясінь.*

Ключові слова: *Туристична діяльність, післявоєнний період, відновлення туризму, післявоєнне відновлення, туристична інфраструктура, міжнародний туризм, внутрішній туризм, безпека туризму.*

Abstract. *The research topic is focused on the study of the prospects for the development of the tourism industry in the context of post-war recovery. After the end of military conflicts, considerable emphasis is placed on economic recovery, including tourism infrastructure. An important component is to analyse the impact of war on changes in tourist behaviour, in particular in relation to security, the economic situation and changes in social preferences. The abstract examines the possibilities for the development of domestic and international tourism, in particular, the potential for the restoration of popular tourist destinations, modernisation of transport and hotel infrastructure, and improvement of the quality of tourist services. Special attention is paid to the development of eco- and cultural tourism as important factors of sustainable development in the post-war period.*

The topic is relevant because it allows for a deeper understanding of what strategies and innovations can contribute to the effective recovery of the tourism sector after global shocks.

Key words: *Tourism activity, post-war period, tourism recovery, post-war recovery, tourism infrastructure, international tourism, domestic tourism, tourism security.*

Постановка проблеми. В умовах післявоєнного періоду туристична галузь стикається з низкою викликів, пов'язаних із відновленням інфраструктури, змінами у споживчих уподобаннях та необхідністю забезпечення безпеки для туристів. Війна та її наслідки спричинили значні руйнування в туристичних регіонах, що ускладнює повернення до довоєнних обсягів туризму. Однією з основних проблем є необхідність відновлення та модернізації туристичної інфраструктури, включаючи готелі, транспортні маршрути, культурні об'єкти та природні пам'ятки.

Крім того, виникає питання адаптації туристичних послуг до нових реалій, таких як зміни в економічній ситуації, зростання потреби в еко- та культурному туризмі, а також підвищена увага до безпеки і стабільності туристичних напрямків. Перспективи розвитку туризму також залежатимуть від здатності країни відновити довіру іноземних туристів і стимулювати внутрішній туризм.

Важливою проблемою є розробка ефективних стратегій сталого розвитку туризму, які б враховували не лише економічні, а й соціальні та екологічні аспекти.

Післявоєнне відновлення туризму повинно бути спрямоване на створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності галузі та підтримку сталого розвитку місцевих громад.

Мета дослідження – аналіз перспектив розвитку туристичної діяльності в післявоєнний період, визначення основних викликів та можливостей для відновлення і модернізації туристичної інфраструктури, а також розробка рекомендацій щодо впровадження стратегії сталого розвитку туризму. Дослідження має на меті оцінити потенціал внутрішнього та міжнародного туризму, враховуючи зміни в економічній ситуації, безпеці і соціальних перевагах, а також запропонувати шляхи для підвищення конкурентоспроможності туристичних напрямків і забезпечення їх сталого функціонування в умовах післявоєнного відновлення.

Об'єкт дослідження – туристична діяльність в умовах післявоєнного відновлення, зокрема, процеси відновлення та розвитку туристичної інфраструктури, а також адаптація туристичних послуг до нових реалій.

Предмет дослідження – перспективи розвитку туристичної галузі в післявоєнний період, зокрема, аналіз основних факторів, які впливають на відновлення туризму, таких як зміни в інфраструктурі, економічні умови, безпека, соціальні та культурні аспекти, а також можливості для впровадження сталих стратегій розвитку.

Методи дослідження включають аналіз літератури, статистичних даних та наукових публікацій, порівняльний аналіз розвитку туристичних галузей у різних країнах після конфліктів, а також методи прогнозування для оцінки потенціалу туристичних напрямків. Крім того, застосовуються методи кейс-стаді для вивчення успішних практик відновлення туризму в поствоєнних країнах, а також SWOT-аналіз для оцінки сильних та слабких сторін, можливостей та загроз туристичної діяльності в післявоєнний період. Для збору первинних даних можуть бути використані інтерв'ю з експертами та опитування представників туристичних компаній і місцевих органів влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Війна має великий вплив на індустрію туризму, проте з розвитком технологій і новими тенденціями з'являється багато можливостей для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Деякі з нових тенденції та інновації, які можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період наведемо нижче. Сталий туризм є одним із нових трендів, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Сталий туризм передбачає популяризацію практики відповідального туризму, яка зосереджена на збереженні навколишнього середовища, розвитку громади та соціальній відповідальності [1, 6].

Застосовуючи практику сталого туризму, індустрія туризму може залучити більше екологічно свідомих туристів, які зацікавлені в знайомстві з природною красою і культурною спадщиною регіону. Це може створити економічні можливості для місцевих громад, одночасно зберігаючи природні та культурні ресурси регіону.

Цифрова трансформація є ще одним трендом, який можна застосувати для розвитку туристичної галузі у післявоєнний період. Індустрія туризму може використовувати цифрові технології для покращення туристичного досвіду, оптимізації діяльності та просування регіону серед глобальної аудиторії.

Цифрова трансформація може включати використання мобільних додатків для туристичних послуг, віртуальної реальності для віддалених напрямків і платформ онлайн-бронювання, які пропонують зручність і легкість для туристів.

Використовуючи цифрові технології, індустрія туризму може залучити більше технічно підкованих туристів, а також підвищити операційну і економічну ефективність.

Культурно-кулінарний туризм – ще один напрямок, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Культурно-кулінарний туризм передбачає популяризацію унікальних культурних традицій регіонів України для залучення туристів.

Культурний і кулінарний туризм створить економічні можливості для місцевих громад шляхом популяризації місцевих ремесел, культурних заходів і кулінарних вражень. Висвітлюючи унікальні культурні та кулінарні традиції регіону, індустрія туризму може залучити туристів, які зацікавлені в пізнанні історії та культури регіону.

Спільне партнерство є ще одним трендом, який можна застосувати для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Спільне партнерство передбачає співпрацю між різними зацікавленими сторонами в індустрії туризму, включаючи державні установи, неурядові організації та місцеві громади. Формуючи спільні партнерства, індустрія туризму може використовувати колективні ресурси та досвід різних зацікавлених сторін для просування регіону світовій аудиторії. Спільне партнерство також може сприяти обміну знаннями та найкращими практиками для сталого розвитку туризму, що може підтримувати довгострокове зростання та стійкість індустрії туризму.

Віртуальна реальність (VR) – це інноваційна технологія, яка може бути застосована для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. VR може дозволити туристам відчувати місце призначення більш захоплюючим способом, без необхідності фізичної подорожі. Це може бути особливо корисним для напрямків, які сильно постраждали від війни або наразі небезпечні для відвідування. VR може запропонувати туристам унікальний інтерактивний досвід, який може продемонструвати красу та культурну спадщину регіону. Це може залучити більше туристів і збільшити впізнаваність регіону в глобальному масштабі.

Доповнена реальність (AR) – ще одна технологія, яку можна застосувати для розвитку туристичної галузі після війни. AR може покращити туристичний досвід, додавши цифрову інформацію та віртуальні об'єкти до реального середовища. AR можна використовувати для створення інтерактивних путівників, які надають туристам інформацію про історію та культуру регіону. Це може підвищити освітню цінність туристичного досвіду, а також забезпечить більш привабливий і захоплюючий досвід для туристів.

Мобільні додатки також можна використовувати для розвитку туристичної галузі після війни. Мобільні додатки можуть надати туристам широкий спектр послуг, включаючи системи бронювання та оплати, місцевих гідів та туристичну інформацію. Мобільні програми можна налаштувати, щоб надати туристам персоналізований досвід, який відповідає їхнім індивідуальним потребам і вподобанням. Це може підвищити зручність і легкість туристичного досвіду, а також забезпечить платформу для просування регіону серед глобальної аудиторії.

Маркетинг у соціальних мережах можна використовувати для розвитку індустрії туризму після війни. Платформи соціальних медіа можуть забезпечити рентабельний і ефективний спосіб охоплення глобальної аудиторії та реклами регіону серед потенційних туристів. Маркетинг у соціальних мережах може передбачати використання візуального контенту, наприклад фотографій і відео, для

демонстрації краси та культурної спадщини регіону. Це також може включати використання маркетингу впливу, коли популярні впливові особи соціальних мереж рекламують регіон своїм підписникам.

За рахунок розвитку туристичної галузі виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, удосконалюється система медичного обслуговування населення, збільшуються об'єми інвестицій, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Державна політика у туристичній галузі полягає у розширенні застосування маркетингової діяльності, спрямованої на раціональне й ефективне використання природних, історико-культурних і соціально-побутових ресурсів.

Індустрія туризму має потенціал для підтримки економічного зростання та розвитку у післявоєнний період. Застосовуючи такі інноваційні рішення, як віртуальна реальність, доповнена реальність, мобільні додатки та маркетинг у соціальних мережах, індустрія туризму може залучати більше туристів, а також рекламувати регіон світовій аудиторії. Застосування цих інноваційних рішень може підтримати відновлення та зростання індустрії туризму в післявоєнний період.

Висновки. Війна серйозно впливає на туристичну індустрію, але розвиток новітніх технологій і нові тенденції створюють можливості для відновлення галузі в післявоєнний період. Сталий туризм, який сприяє збереженню природних і культурних ресурсів, а також залученню екологічно свідомих туристів, є важливим напрямком. Цифрові технології, такі як віртуальна і доповнена реальність, мобільні додатки, покращують туристичний досвід і відкривають нові можливості для відвідування постраждалих регіонів.

Культурно-кулінарний туризм і спільні партнерства між різними зацікавленими сторонами сприяють розвитку місцевих громад та популяризації традицій. Використання соціальних медіа для просування регіонів серед глобальної аудиторії також є ефективним інструментом. Відновлення туристичної галузі може підтримати економічне зростання, створення робочих місць і підвищення рівня життя, що робить туризм важливим чинником післявоєнного відновлення.

Список використаних джерел

1. International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. (2022) Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата звернення: 28.10.2024).
2. Відновлення туристичних потоків: у 2021 році до України прибуло понад 3 млн іноземців (2022). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/news/33238.html> (дата звернення: 28.10.2024).
3. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., та ін. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Випуск 62. С. 178–196.
4. Катаєва М. Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. *Вечірній Київ*. 27 вересня 2022 р. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71973> (дата звернення: 28.10.2024).
5. Ковальська Л., Щука Г., Михайлюк А., Загнибіда Р., Ткаченко Т. (2020). Розвиток туризму припадає на епоху економіко-політичних реформ і війни в Україні. *Журнал геології, географії і геоекології*. 29 (1). 94-101. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112009> (дата звернення: 28.10.2024).

6. Зарубіна А., Сіра Е. & Демчук Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (41). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення: 28.10.2024).
7. Державна служба статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 28.10.2024).
8. Моца А., Шевчук С. & Серета Н. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (дата звернення: 28.10.2024).
9. Гурська І.С., Герасимів З.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 88–92. DOI: 10.32702/23066792.2019.20.88.
10. У 2022 році надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 31 %. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhe-na-31> (дата звернення: 28.10.2024).

УДК 658.011

Котляр А.О. – студентка спеціальності “Екологія” ступеня вищої освіти “Магістр” КЗВО “Вінницька академія безперервної освіти”.

Науковий керівник: **Тарасенко Г.С.** – доктор педагогічних наук, професор кафедри екології, природничих та математичних наук КЗВО “Вінницька академія безперервної освіти”.

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ДОВКІЛЛЯ

Анотація. У статті аналізується роль освіти та виховання у формуванні екологічної свідомості та культури сучасної людини; доводиться, що досягнення кінцевої мети екологічної освіти можливе за умови екологізації всього навчально-виховного процесу, запровадження нових нормативних і спеціалізованих екологічних курсів, створення профільних еколого-природничих освітніх інституцій різного рівня, поглиблене вивчення ряду предметів.

Ключові слова: екологічна свідомість, людина, природа, освіта, культура, виховання, збереження довкілля.

Annotation. The article analyzes the role of education and upbringing in the formation of environmental consciousness and culture of modern man; it is proved that the achievement of the final goal of environmental education is possible under the condition of environmentalization of the entire educational process, the introduction of new normative and specialized environmental courses, the creation of specialized ecological and natural educational institutions of various levels, in-depth study of a number of subjects.

Key words: ecological consciousness, man, nature, education, culture, education, preservation of the environment.

Постановка проблеми. Екологічна свідомість – це індивідуальна і колективна (суспільна) здатність усвідомлювати нерозривний зв'язок кожної окремої людини і всього людства загалом з цілісністю і відносною незмінністю природного середовища існування людини, усвідомлення необхідності використання цього розуміння у практичній діяльності, вміння і звичка діяти стосовно природи, не порушуючи зв'язок і колообіг природного середовища, сприяти їхньому поліпшенню для життя нинішнього і майбутніх поколінь людей [1, 11].