

## **Особливості розвитку туристичної галузі в умовах пандемічної кризи**

Вибір та обґрунтування стратегічних альтернатив розвитку туристичної галузі в умовах пандемічного локдауну і у посткарантинному періоді актуалізує необхідність прицільного дослідження цього питання.

Найбільшого удару з усіх секторів економіки пандемія Covid-19 завдала туристичній галузі, яка ще до 2019 р. генерувала до 10% зростання глобальної економіки. Туристично-рекреаційна сфера України виявилася однією з найбільш чутливих галузей економіки, які у 2020 р. постраждали внаслідок пандемічних і карантинних обмежень. Тим не менше слід відзначити, що впродовж останніх років вітчизняна туристична галузь стрімко інтегрувалась у світову туристичну індустрію та проявила себе як один з найбільш перспективних напрямів структурної переорієнтації вітчизняної економіки. На жаль, позитивні тенденції розвитку галузі у 2020 р. було повністю знівельовано безпрецедентними карантинними заходами, викликаними пандемією Covid-19. Така ситуація виявилася притаманною не лише для українського туризму. Так, за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) можливого впливу пандемії на міжнародний туризм, туристичні потоки у 2020 р. очікувано скоротяться на 20-30%, що може спричинити скорочення доходів на 300-450 млрд. дол. США [1].

Отож, для пошуку шляхів виходу з кризи варто розглянути стратегічні альтернативи розвитку суб'єктів туристичної галузі, які включають інноваційні стратегії, розвиток креативного туризму, стратегії антикризового розвитку ринку, залучення додаткових ресурсів, скорочення витрат.

Креативний туризм, який вважається безпосереднім чинником особистісного розвитку туриста [2], дозволяє отримувати туристичні послуги шляхом занурення в мистецьку і культурно-побутову спадщину дестинації.

Для якісного розуміння становлення і розвитку концепції креативного туризму варто зазначити, що його базові поняття тісно переплетені з культурним туризмом. Загалом намагання дізнатись про щось нове, ознайомитись з визначними пам'ятками певної місцевості завжди виступають в якості основних мотивів подорожування. Очікування місцевих культурно-пізнавальних переживань набуває популярності як в середовищі українських, так і міжнародних туристів, які намагаються таким чином задовольнити особисті творчо-креативні прагнення. Сучасні тенденції занурення в місцеву автентичність передбачають не стільки ознайомлення з визначними пам'ятками історичної спадщини регіону подорожу, скільки намагання подорожуючого отримати досвід реального проживання в культурному середовищі нової для себе місцевості.

Впроваджуючи якісно нову туристичну пропозицію та створюючи впізнавану ідентичність туристського регіону, креативний туризм здатний окреслити нові виміри якісних цілей, яких можна досягти за рахунок інтеграції всіх стейкхолдерів мікродестинацій та їх інтересів у загальному векторі розвитку туризму регіону. Розвиток креативного туризму вимагає насамперед креативного управління туристичним об'єктом, спрямовувати розвиток туризму в бажаному напрямку, використовуючи синергію всіх факторів зовнішнього впливу: місцевого самоврядування, місцевих жителів, власників готельно-ресторанного бізнесу тощо.

*Висновки.* Узагальнення досліджень особливостей функціонування туристичної сфери в умовах виходу із соціально-економічної кризи, зумовленою пандемічними обмеженнями, дає підстави стверджувати, що відновлення ефективної діяльності суб'єктів господарювання має відбуватись керовано, цілеспрямовано дією всіх учасників управління. При цьому забезпечення ефективності туристичної галузі потребує імплементації креативних технологій в управлінські алгоритми на усіх стадіях виходу з кризи. Ціль постпандемічного відновлення галузі можна узагальнити так: створення креативної туристичної пропозиції (включаючи туристичний досвід і пропозицію оригінального туристичного продукту) на основі високоякісної індустрії розваг, впровадження європейських тенденцій на ринку, з акцентом на автентичні цінності та соціокультурний вимір дестинацій.

### **Література:**

1. UNWTO. International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020> (дата звернення: 24.07.2020).
2. Sugathan P., Ranjan K. Co-creating the tourism experience. *Journal of Business Research*. 2019. Vol. 100. P. 207-217.