

і гостинності. Використання телекомунікаційних систем дозволяє клієнту самостійно планувати поїздку: скласти маршрут, замовляти і оплачувати готель, екскурсії, квитки на літак, потяг та ін. З метою спрощення доступу до необхідної інформації користувачами, корпорація Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) розробила новий домен спеціально для туристського бізнесу ".travel", який успішно функціонує в даний час [4].

Таким чином, інноваційні технології в сфері гостинності виконують кілька функцій:

1) відтворювальну - отримуваний від інновацій прибуток буде використовуватися готелями в якості джерела ресурсів;

2) інвестиційну - отриманий прибуток може спрямовуватися на фінансування майбутніх інноваційних розробок у сфері гостинності;

3) стимулюючу - впровадження інновацій стимулює розробку та впровадження нових технологій гостинності.

Однак глобалізація одночасно справляє і негативний вплив на індустрію гостинності. Так, надмірна стандартизація характеристик споживання і моделей пропозиції послуг у цілому ряді країн чинить негативний вплив на місцеву культуру, тому тенденціям інтернаціоналізації й уніфікації протистоять тенденції збереження національної унікальності і самобутності.

Інноваційний процес у готельній індустрії досить специфічний. Він отримує своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і ступінь задоволеності клієнта, а з іншого боку, завдяки прийняттю спільних рішень туристськими організаціями, органами управління галуззю в регіоні, органами місцевого самоврядування і громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з гостинністю. Тільки така взаємодія всіх елементів інноваційного процесу може привести до появи істотного ефекту, вираженого в якості розвитку галузі [2].

Слід зазначити, що впровадження інновацій у готельній індустрії знаходиться в прямій залежності від рівня розвитку економіки країни, забезпеченості інфраструктурою, інформатизації суспільства тощо. Вищеперераховані фактори створюють реальні можливості для формування мережі консалтингових, інжинірингових, сервісних, інформаційних послуг, що, в свою чергу, сприяють підтримці інноваційних процесів.

Таким чином, інноваційна інфраструктура в готельній індустрії представляє собою організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну базу для створення умов, що сприяють ефективній акумуляції та розподілу коштів, а також гарантують надання послуг високої якості. Глобалізація і розвиток інноваційних технологій у сфері гостинності мають довготривалий характер, а їх рушійною силою виступає потужний поступ в інформаційно-комунікаційній сфері, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції.

Список використаних джерел

1. Новиков В.С. (2007) Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. уч. заведений. М: Академия, 2007. 208 с.

2. Севастьянова С.А. (2007) Региональное планирование развития туризма и отельного хозяйства. М: КНОРУС, 2007. 256 с.

ТУРИЗМ ТА ПАНДЕМІЇ: УРОКИ СУЧАСНОСТІ

Руденок С.Ю., здобувачка вищої освіти

Науковий керівник – к.е.н., доцент Алешугіна Н.О.

Чернігівський національний технологічний університет (Україна)

Туризм – одна з найрозвиненіших та динамічних сфер сучасної економіки, яка невпинно зростає з 50-х років ХХ ст. Навіть окремі несприятливі процеси і явища, які

спостерігались у цей період (економічні кризи, виверження вулканів, потужні землетруси і цунамі, терористичні акти, локальні війни, екологічні катастрофи) не можуть надовго зупинити або навіть пригальмувати цей позитивний тренд. На 2018 рік у світі було зафіксовано 1,4 млрд. туристичних прибуттів [1].

Але існує низка факторів, яка може стати на перешкоді такому зростанню. Одне з таких загрозливих явищ – пандемію COVID-19 - спостерігаємо нині.

Одним із чинників її швидкого розповсюдження у світі став саме туризм. Вперше вірус штаму COVID-19 було зафіксовано у м.Ухань в кінці грудня 2019 року. Станом на 18.03.2020 у світі було зафіксовано 198 тис. інфікованих, у т.ч 81102 (40,9%) – у Китаї, 31713 (16%) – у Італії, 17361 – у Ірані (8,8%), 13910 (7%) – у Іспанії, 11302 (5,7%) – у Німеччині, 8413 (4,2%) – у Південній Кореї, 7661 (3,8%) – у Франції, 7323 (3,7%) – у США [2]. Це – здебільшого визнані туристичні країни, які займають високі рейтинги за туристичними прибуттями [1]. Іран активно торгує з Китаєм, останній забезпечує 27,5% експорту та 12,7% імпорту країни [3], що свідчить про жваві ділові зв'язки між країнами. Присутність Республіки Корея у цьому списку теж не випадкове: поїздки китайців у країни Північно-Східної та Південно-Східної Азії на традиційно високому рівні. Про «сприяння» туризму у розповсюдженні інфекції говорить і той факт, що 712 інфікованих було зареєстровано на круїзних суднах [2], а також безпрецедентні заходи із закриття кордонів та припинення авіасполучення між країнами з метою попередження розповсюдження вірусу, який вже набув характеру пандемії. Станом на 16.03.20 свої кордони повністю або частково для тих, хто прибуває з країн з несприятливою епідеміологічною обстановкою, закрили понад 30 країн [4]. Серед них Італія, США, Іспанія [4]. І цей процес продовжується.

Таким чином, туризм, який сприяв швидкому розповсюдженню хвороби, перший відчує її несприятливі наслідки.

За прогнозом Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC), через пандемію COVID-19, сфера туризму може на чверть скоротити свої обсяги, що еквівалентно втраті трьох місяців глобальних подорожей, внаслідок чого робочі місця скоротяться на 12-14 % або до 50 млн. одиниць по всьому світу [5]. До визнання ВООЗ розповсюдження COVID-19 пандемією, та оголошення карантину низкою країн туроператори намагались рятувати ситуацію, приваблюючи переляканих клієнтів знижками на «гарячі» тури. Але нині ці кроки вже не дієві. Загроза опинитись у чужій країні без змоги виїхати зводиться до багатьох від поїздок.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) прогнозує, що річні збитки для індустрії становитимуть 30-50 млрд. доларів. Наприклад, річні збитки туристичної галузі в Сполучених Штатах Америки становитимуть 24 млрд. доларів. Італія, маючи від туризму 13% ВВП, вже втратила близько 10 млрд. доларів [6]. Втрачатимуть також галузі, пов'язані з туристичною.

Після зменшення масштабів пандемії Всесвітня рада подорожей і туризму (WTTC) закликає вжити заходів, щоб забезпечити швидке відновлення туристичного сектора після пандемії. Мова йдеться про спрощення візового режиму, скорочення податків, здешевлення турів, стимулювання, просування нових туристичних напрямків [5].

Про розвиток туризму в умовах несприятливої епідеміологічної ситуації свідчить досвід Африканського регіону. Туристичні прибуття до регіону не перевищують 5% від світового рівня. Фахівці доводять, що туризм тут мало розвивається саме через хвороби та епідемії.

Про повні наслідки вірусу COVID-19 для туристичної сфери можна буде судити після вивчення статистичної звітності за 2020 рік. Але, без сумніву, ця криза спонукає людство до переоцінки цінностей та розробки заходів для того, щоб зробити туристичні подорожі безпечними.

Список використаних джерел

1. International Tourism Highlights 2019. URL: <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>.
2. Карта поширення коронавірусу: он-лайн статистика URL: <https://fakty.com.ua/ru/svit/20200318-karta-poshyrennya-koronavirusu-onlajn-statystyka/> (дата звернення 18.03.20 20:03).
3. Middle East :: Iran — The World Factbook - Central Intelligence Agency . URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ir.html>
4. Более 30 стран закрыли границы, аэропорты и объявили карантин URL: <https://34travel.me/post/covid-19-karantin>.
5. Coronavirus puts up to 50 million Travel and Tourism jobs at risk says WTTC. URL: <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020/coronavirus-puts-up-to-50-million-travel-and-tourism-jobs-at-risk-says-wttc>.
6. Поради для туристичної галузі під час складної ситуації <https://www.ungazeta.info/?p=13398>.

ДО ПИТАННЯ ПРО СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКИЙ ТУРИЗМ»

Сардаров О.А., магістр, старший викладач
Казахська академія спорту і туризму (Республіка Казахстан)

Маючи тривалу історію, туризм як соціально-економічне і духовно-культурне явище досі не отримав універсального, єдиного, загальновизнаного та всеосяжного визначення. Аналіз наукової літератури, нормативних документів, Інтернет-ресурсів із проблеми розвитку дитячо-юнацького туризму засвідчив, що науковці та практики вживають терміни «дитячо-юнацький туризм», «дитячий туризм», «юнацький туризм». Відповідні поняття мають безліч визначень, зміст яких у чомусь спільний і водночас відрізняється.

У Законі «Про туристську діяльність у Республіці Казахстан» вжито поняття «дитячо-юнацький туризм» – вид туризму, який здійснюється для груп дітей та юнацтва у вигляді походів, експедицій, поїздок, екскурсій [1].

Чинний національний стандарт СТ РК «Туристські послуги. Послуги дитячого та юнацького туризму. Загальні вимоги» містить два визначення: 1) дитячий туризм – це подорожі та / або екскурсії організованих туристських / екскурсійних груп дітей у віці від 7 до 14 років у супроводі керівника групи по туристських маршрутах з пізнавальними, навчальними, рекреаційними, оздоровчими, фізкультурно-спортивними та іншими цілями; 2) юнацький туризм – подорожі та / або екскурсії організованих туристських / екскурсійних груп юнаків та дівчат віком від 14 до 18 років у супроводі керівника групи по туристських маршрутах із пізнавальними, навчальними, рекреаційними, оздоровчими, фізкультурно-спортивними та іншими цілями [5].

Відповідно до модельного закону «Про дитячий та юнацький туризм», нову редакцію якого затверджено постановою Міжпарламентської Асамблеї держав – учасниць СНД від 29.11.2018, поняття «дитячо-юнацький туризм» визначається як «засіб гармонійного розвитку дітей (осіб, які не досягли віку 14 років), дівчат та юнаків (осіб, які не досягли віку 18 років), що реалізовується у формі відпочинку в суспільно корисній діяльності, характерними структурними компонентами якого є похід, подорож, екскурсія» [7]. Схоже тлумачення знаходимо у О.О. Остапця-Свешнікова, за яким дитячо-юнацький туризм – це засіб гармонійного розвитку підлітків та юнаків, що реалізується у формі відпочинку та суспільно корисної діяльності, характерним структурним компонентом якого є подорож (екскурсія, прогулянка, похід, експедиція). Це визначення, перш за все, вказує на те, що в туризмі повинні інтегруватися такі основні аспекти виховання, як моральний, трудовий, естетичний, фізичний, патріотичний, інтернаціональний, інтелектуальний [6].