

8. Кулинич Х. С., Павлюк С. Д. Рекреаційний потенціал м. Трускавець. *Екологія – філософія існування людства* : зб. матеріалів доповідей VII міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих вчених. (м. Київ, 21-23 квіт. 2021 р.). Київ : НУБІП, 2021. С. 76-78. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u341/zbirnik_dopovidey_2021.pdf#page=76.

Павлюк С.І.

*к. е. н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи
та організації бізнесу,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ЕВОЛЮЦІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КРЕАТИВНИЙ ТУРИЗМ»

Останніми роками спостерігається значний інтерес до понять «креативні індустрії» та «креативний туризм», які увійшли в поле наукового зацікавлення наприкінці ХХ ст. – початок ХХІ ст. Синергія цих двох видів діяльності полягає у тому, що все більше туристів стали цікавитися культурою, спадщиною та історією тих чи інших місць, які вони відвідують, тобто споживаючи значну кількість культурних й творчих продуктів, останні стали сприяти зростанню місцевої економіки та туристичних потоків.

Пандемія COVID-19 дуже вплинула на галузь туризму в цілому, та, зокрема, на смаки відпочиваючих. Протягом останніх років все більше туристів надавали переваги короткому відпочинку або так званого «travel close to home», а модель масового туризму (традиційного) не відповідала новим вимогам туристів. Саме з цієї причини почав зростати відсоток вибагливих туристів, які прагнули все більше нового (тобто того, чого їм не надає традиційний туризм).

Одним із засновників концепції «креативного туризму» є Г. Річардс, який розглядає креативний туризм як діяльність, що дозволяє залучити людей до місцевої культури через певні заходи (майстер-класи, тренінги, івенти тощо), які проводяться в тій чи іншій місцевості. Автор розглядає дане поняття як нове покоління туризму, що дозволяє залучити туристів і місцевих громадян до спільного створення туристичного продукту, та виходячи з цього розвивати свій потенціал [1].

У 2006 році Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури надала власне визначення поняттю «креативний туризм», а саме: подорож для зацікавлених осіб, яка спрямована на отримання ними певного досвіду, який набувається завдяки спільному вивченню культури, спадщини або автентичного характеру місця, й забезпечує зв'язок між відвідувачами та місцевими жителями [2].

У своєму дослідженні зв'язку між креативність та туризмом Г. Річардс представив модель креативного туризму (рис. 1), яка включає різні його форми, починаючи від більш активних до більш пасивних видів творчої діяльності із залученням різних форм співпраці.

Під час проведення семінару з туризму та креативної економіки (м. Лінц, Австрія, 2014 рік), організованого спільно Центром ARS Electronica, Офісом туризму Лінца, Федеральним міністерством економіки Австрії та Організацією економічного співробітництва та розвитку, було наголошено на особливому зв'язку між культурою та туризмом, а також на зростанні її ролі як ключового напрямку розвитку туризму протягом останніх років.

Креативність доповнює традиційні моделі культурного туризму, що заснований на нематеріальній культурній спадщині та сучасній творчості. Так, креативні індустрії мають значний потенціал до підвищення туристичного попиту, впровадження нових та якісних креативних туристичних продуктів, підвищення привабливості дестинацій, а також стимулювання творчого експорту [4].

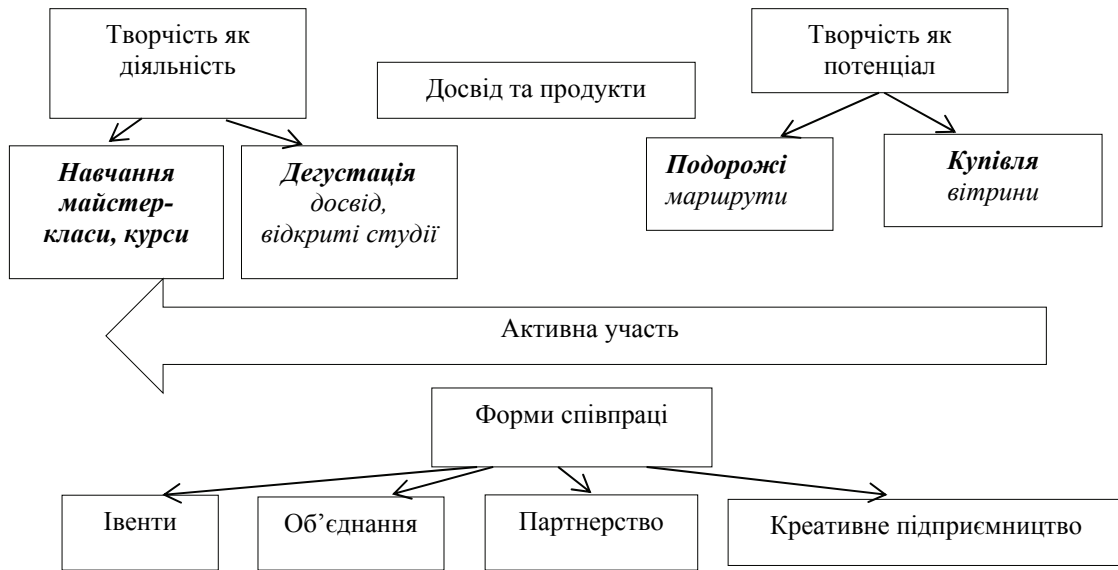


Рис. 1. Модель креативного туризму

Джерело: побудовано за матеріалами [3]

Відповідно до сутності та значення креативного туризму відмітимо його основні переваги:

- у цьому даному виді туризму як місцеві жителі, так і гості залучаються до нового способу подорожі, який характеризується спільною їх участю у створенні туристичних продуктів;
- місцева громада, як зацікавлена сторона, приймає участь у диверсифікації туристичної пропозиції, а також розробляє стратегії креативного розвитку, метою яких є отримання доходів без значних інвестицій фінансових інвестицій, окрім звісно ж креативності та потенціалу місцевого населення;
- підвищується роль малого підприємництва, оскільки вони стають більш ініціативними, та можуть створювати значні інфраструктурні проекти на основі простих та креативних ідей, що привертають увагу туристів;
- креативний туризм сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини території, та підвищення мотивації місцевих жителів до участі в місцевому економічному розвитку громади;
- креативний туризм дозволяє оптимізувати туристичні потоки протягом року, враховуючи географічні чинники, сезонність та уникнення «овертуризму», які останнім часом стали відчутною проблемою для багатьох напрямків;
- включення до відвідувань тих географічних територій та об'єктів, що зазвичай не входять до туристичних магнітів або є не популярними, це свою чергу, дозволить розвантажити найбільш відвідувані напрямки (культури чи природні), а також розширити географію туристичних грошових потоків;
- творчий (креативний) туризм приносить набагато більше задоволення від подорожі, оскільки він, як правило, більш інтерактивний, соціально-рівноправний та екологічний, ніж масовий туризм.

Тож з огляду на викладене, відмітимо, що креативність заохочує місцеві громади до диверсифікації туризму. Крім того, такий вид діяльності зміцнює соціальну згуртованість у мультикультурних селах, містах, громадах, завдяки спільній участі в створенні туристичних дестинацій та спільного бачення розвитку території.

References

1. Richards, G. & Raymond, C. (2000). "Creative Tourism." *ATLAS News*, 23, 16-20. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/254822440_Creative_Tourism.
2. Official website of UNESCO (2006). *Stratégies pour le tourisme créati. Réunion de planification de la Conférence Internationale 2008 sur le Tourisme créatif* Santa Fe, Nouveau Mexique, Etats-Unis 25-27 Octobre 2006. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811_fre?posInSet=1&queryId=N-EXPLORE-58b10dd3-82ab-46e4-af02-cee9bd3298e0.
3. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38, 4, 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>.
4. OECD, (2014). *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing. Retrieved from <https://www.oecd.org/publications/tourism-and-the-creative-economy-9789264207875-en.htm>.

Павлюковський О.І.

студент,

Державний торговельно-економічний університет,

м. Київ, Україна

Науковий керівник: **Франчук Т.М.**, *к. е. н.*

ст. викладач кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки,

Державний торговельно-економічний університет,

м. Київ, Україна

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

Сучасний світ перетворився на інформаційну еру, де практично всі сфери життя перейшли до використання електронних технологій, а туризм - не є винятком. З кожним роком електронні технології стають все більш поширеними у галузі туризму, забезпечуючи зручність, доступність і безпеку для туристів. Від планування поїздки до бронювання готелів та квитків, до пошуку місцевих визначних пам'яток та ресторанів - всі ці процеси можуть бути виконані за допомогою електронних технологій. Це відкриває нові можливості для підвищення ефективності та комфортності туристичного бізнесу.

У зв'язку з описаними особливостями електронних технологій в туризмі, туристичні організації постійно вдосконалюють системи надання туристичних послуг. Це дозволяє їм зміцнювати свої позиції на туристичному ринку та збільшувати попит на туристичні послуги. Для досягнення цих цілей, компанії можуть залучати інвестиційні капіталовкладення в інфраструктуру туризму. Таким чином, вдосконалення системи надання туристичних послуг та залучення інвестиційних ресурсів є ключовими факторами успіху в туристичному бізнесі.

Саме тому для збільшення конкурентоспроможності в галузі туризму необхідно розробити ефективну систему підвищення якості надання туристичних послуг. В цьому варто опиратися на загальне управління якістю (Total Quality Management/TQM). Це означає, що TQM вимагатиме від компанії уваги до всіх аспектів виробництва (в нашому випадку – надання послуг), включаючи планування, контроль, оцінку та удосконалення процесів. Існує кілька основних принципів системи [1]:

- зосередження на клієнтських потребах,
- постійне удосконалення,
- залучення працівників,