

5. Федонюк Я. І., Мицкан Б. М., Попель С. Л. та інші. Функціональна анатомія: Підручник для студентів навчальних закладів з фізичного виховання і спорту III-IV рівнів акредитації / За редакцією Федонюка Я. І., Мицкана Б. М. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2007. – 552 с.

КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В ТУРИЗМІ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

УДК 338.48 (477)

ТУРИЗМ ТА ТЕХНОЛОГІЇ – ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

А.М. Вергун, кандидат економічних наук, доцент

О.В. Вяткін, студент факультету УБД

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: туризм, технології, Інтернет, цифрова трансформація, віртуальна реальність, доповнена реальність.

На сучасному етапі туризм можливо є однією з найважливіших сфер, що розвиваються та приносять дохід нашій країні. Туризм пережив справжній ураган через пандемію. Багато старих учасників ринку не втрималися на плаву, а хтось і далі намагається кастомізувати рішення, все більше підлаштовуючись до нових запитів туристів, які помітно змінилися.

Цифрова трансформація туристичних компаній є найважливішим сигналом, який епідемія принесла туристичній індустрії. Нові продукти, нові технології, нові моделі, новий досвід відкривають нові ринки і вдихнуть нову енергію в галузь. Світ активніше просуватиме розвиток нетрадиційного бізнесу, представленого Інтернетом, сприятиме створенню концепції «Інтернет + туризм» та забезпечуватиме більш потужні можливості для всього бізнесу [2].

Глобальна технічна конкуренція в туристичному секторі виходить на новий рівень. Нове покоління інформаційних технологій є найактивнішим компонентом технологічних інновацій у туризмі, а також сферою з найвищим ступенем маркетингу.

Комплексний розвиток культури та туризму забезпечує широкі сценарії застосування технологічних інновацій. Цифрове будівництво культурних об'єктів, туристичних вистав за допомогою технологій зосереджується на створенні культурного контенту, дослідженні та вивченні культури дозвілля в умовах місцевої економіки [1].

Нові технології, такі як 5G, віртуальна реальність, технологія доповненої реальності та голографічні технології, привнесли в мистецтво різні джерела для творчості, а також надали нову форму художнього вираження, ще більше сприяючи глибокій інтеграції культури в туризм.

Нова нематеріальна презентація культурної спадщини інших культур та мистецтва у поєднанні з технологіями мають великий потенціал, та дозволяють людям насолоджуватися більш високоякісним культурним продуктом під час звичайних подорожей, а зараз – навіть не виходячи з дому.

Модернізація технології 5G змінила методи виробництва туристичного продукту. Технології VR, AR, 3D та 5G стають все більш зрілими та широко використовуються. Індустрія туризму об'єднує нові технології для задоволення потреб споживачів, які зможуть подорожувати без впливу епідемії. У поєднанні з новими технологіями можуть бути реалізовані «хмарний туризм» та «виставка хмарного перегляду». 360-градусна панорамна навігація через VR по туристичним пам'яткам також може дати відвідувачам можливість оцінити гарні краєвиди [3].

Також, поєднання «коротке відео + подорож» може породити нові продукти та нові моделі, і з'явиться професійний віртуальний простір для подорожей. Наприклад:

- «Фабрика» вражень від віртуальних турів. Спеціалізовані туристичні простори, що імітують міста, села та мальовничі місця, стануть новим форматом в індустрії туризму. Це можуть бути тематичні парки або розваги в міських центрах чи різні туристичні пам'ятки;

- Домашні відео віртуального туризму. У період епідемії кількість творців коротких відеороликів, та їх активність, швидко збільшились, і домашній досвід може стати тенденцією в індустрії майбутнього. Він стане важливим продуктом для подорожей.

Епоха інтернет-бізнесу в 3D підірве традиційну модель B2B і вийде за межі початкових географічних обмежень. Завдяки автономії, професіоналізму, досвіду, універсальності, спільності та віртуальності виставки знизять залежність від географічного положення та капіталу, і це може бути реалізовано вже зараз. Виставковий майданчик, який ніколи не закінчується.

Бум на ринку прямих трансляцій породив модель маркетингу та перегляду «подорожі + прямі трансляції». Через пряму веб-трансляцію «знаменитості в мережі» можна задовольнити значну кількість потреб у подорожах.

Оскільки сектор туризму прагне відновлення міжнародних відвідувань та капіталовкладень, важливо розуміти ключові тенденції, пріоритети та пов'язані з ними можливості, щоб повністю розкрити потенціал зростання сектору подорожей в найближчі роки. У міру того, як ми будемо майбутнє, стійкість та інклюзивність мають бути в основі більш стійкого та конкурентоспроможного сектору подорожей та туризму. Досягнення успіху вимагатиме участі всіх сторін на ранніх етапах процесу планування, починаючи від розробників, інвесторів, законодавців та політиків до громадських груп.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2015. №7(172). С.65-69.
2. Драгомирецька Н. М. Сучасний сталий розвиток в сфері культури: зарубіжний досвід для України / Н.М. Драгомирецька, С.С. Дружинін, С.В. Думинська, Р.П. Жилавська, Ю.В. Ковальова. - Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2019. – 238 с.
3. Як AR-технології роблять культурну спадщину ближчою до людей // [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://reherit.org.ua/yak-ar-tehnologiyi-roblyat-kulturnu-spadshhynu-blyzhchoyu-do-lyudej/>

УДК 7.79.379.8

КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ – ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

В.Г. Жученко, кандидат економічних наук, доцент
Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: культурна індустрія, креативна індустрія, івентивний туризм, фестивальний туризм, музичний фестиваль.

Щороку зростає роль креативних індустрій в економічному розвитку як розвинених країн, так й країн що розвиваються. Цим підтвердженням є оголошення Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 2021 року Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку [4].

За класифікацією конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), до культурних та креативних індустрій належать:

- традиційна культура (ремесла, народне мистецтво, фестивалі);
- культурні пам'ятки (музеї, виставки, бібліотеки, археологічні локації);
- аудіовізуальні медіа (кіно, ТБ, радіо);
- цифрові медіа (відеоігри, програмне забезпечення і т. п.);
- сценічне та образотворче мистецтва. [5].

В Україні, згідно із законодавством, до культурних та креативних індустрій відносять: художні промисли, візуальні мистецтва, сценічні мистецтва, літературу, ЗМІ, аудіовізуальне мистецтво, дизайн та моду, архітектуру й урбаністику, рекламу, музейну справу, комп'ютерне програмування, консультування з питань інформатизації та навіть дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук [3].

Саме культурні та креативні індустрії є основою розвитку івентивного (подієвого) туризму. Цей вид туризму є унікальним, оскільки за характером він – невичерпний. За тематичною спрямованістю подієвий