

Наталія Петрівна Борецька,*д-р екон. наук, професор,*

ORCID 0000-0003-2372-2519

e-mail: nataliya-boretskaya@ukr.net;

Галина Олексіївна Крапівіна,*канд. наук з держ. упр., доцент,*

ORCID 0000-0002-9549-2794

e-mail: galina3910@gmail.com

Приазовський державний технічний університет, м. Дніпро

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПОВОЄННОЇ ЕКОНОМІКО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ

Постановка проблеми. Теоретичні надбання сучасності вивели туризм в ранг філософського світогляду на основі інтеграції соціальних наук та розуміння людини, не тільки як споживача, як носія соціокультурної та духовної спадщини та прагнення до самовираження та пізнання культури, історії, етнічних особливостей регіонів світу. В цьому контексті теоретичне осмислення туризму як багатобічного, мультиструктурного, багатофакторного та динамічного явища пов'язане з необхідністю визначення основних методологічних підходів до сталого розвитку повоєнної економіко-інвестиційної діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери України та світу стає все більш необхідним.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Одними з найбільш традиційних напрямів економіко-інвестиційних досліджень у туризмі є оцінка його внеску у розвиток світової економіки, економіки окремих країн та туристичних дестинацій. Цим питанням присвячені праці Д. Фретчлінга, Дж. Джонса, А. Мунді. Питання моделювання загальної рівноваги для оцінки економічних наслідків туризму розглядалися у наукових працях П. Дуасера та В. Кіма. Економіка туризму як наука досліджується в роботах М. Клоусона та Дж. Кнетча. Соціологія туризму представлена в працях Д. Белла, З. Баумана, Д. Бурстіна, Е. Гідденса, Н. Граберна, С. Коена, Д. Маккенела, С. Роджека, Д. Уррі, Дж. Фроу, Д. Харрісона, У. Ханнерза. Значення туризму як методу пізнання культур розкривається в роботах західних антропологів Д. Кембелла, Д. Леви-Стросса, М. Мід, Н.Х.Х. Греберна, Д. Неша, Л. Тернера, Дж. Кліффорд та ін. Психологічний аспект туризму, заснований на традиціях гуманістичної та соціальної психології, розкривається в роботах Дж. Адлера, Дж. Денна, Дж. Кромптона, Р. Крендела, Р. Келентона, Е. Фромма та ін. Особливо слід виділити

роботи Ж. Бодрійяра, Ф. Гваттарі, Ж. Делеза, М. Кастельса, М. Макклуюена, Е. Тоффлера, У. Еко, в яких досліджуються трансформації соціальних систем в умовах інформатизації культури та формування суспільства масового споживання — умов, які змінюють структуру та зміст сфери туризму.

Серед вітчизняних науковців, які займаються різними аспектами розвитку туризму виділяються праці Н. В. Антонюк, М. В. Босовської, Г. О. Ворошилової, Я. А. Жаліло, М. О. Жукової, М. П. Мальскої, В. Є. Шимакової та інші.

Вирішення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на достатню повноту вивчення туризму з точки зору економіки та інновацій, соціології, культури, етики, психології, інтегральне розуміння туризму замало досліджено та невизначено вплив інтегрованої системи теоретичного підґрунтя на практичну динаміку розвитку.

Постановка завдання. Розглянути сталий розвиток повоєнної економіко-інноваційної діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери світу на прикладні аспекти динаміки, з урахуванням можливості застосування в повоєнний період в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіко-інноваційний розвиток багатьох країн в сьогоденні залежить від розвитку туристичної індустрії, ступеня її конкурентоздатності. Навіть країни, де туризм не є визначальним фактором національної економіки, створюють всі необхідні для нього умови.

Доцільність таких рішень обумовлена стрімкими темпами зростання не тільки цієї галузі, а й сполучених з нею на фоні загальносвітової нестабільності. Так, за даними Світового банку, найнижчі темпи приросту світового ВВП спостерігались у 2020 році та склали –3,1% у порівнянні з 2019 роком (2,6%). Основною причиною різкого падіння ВВП стала



пандемія COVID-19, яка порушила міжнародні економічні зв'язки, негативно позначилась на розвитку бізнесу та національних економік. Після вимушеного падіння, 2021 рік приніс стрімкий приріст світового ВВП до 6,2% та падіння у 2022 році до 3,1% [1]. Це, насамперед, пов'язано з високою інфляцією, стрибками цін на енергоносії, постійними перебоями у постачанні сировини та проміжних товарів, а також уповільненням світової економіки. При цьому, у 2023 році внесок індустрії подорожей та туризму у світовий ВВП становив 9,1%; зростання на 23,2% порівняно з 2022 роком і всього на 4,1% нижче за рівень 2019 року. Основою цих тенденцій стала можливість реалізації відкладеного попиту населення. Крім того, в сфері туризму у 2023 році було створено 27 млн нових робочих місць, що на 9,1% більше, ніж у 2022 році, і всього на 1,4% нижче за рівень 2019 року [2].

Близький Схід очолив відновлення регіонів у відносному вираженні, будучи єдиним регіоном, який подолав допандемічний рівень розвитку туризму, при цьому кількість прибутків на 22% перевищила рівень 2019 року.

У 2023 році Європа досягла 94% від рівня, що передував пандемії, тоді як Африка відновилася на 96%, а Америка — на 90%.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон досяг 65% від допандемічного рівня з поступовим відновленням з початку 2023 року.

У чотирьох субрегіонах: Північна Африка, Центральна Америка (обидва +5%), Південне Середземномор'я, Європа та Карибський басейн (обидва +1%) у 2023 році перевищили допандемічні рівні.

Отже, країни прагнуть розвивати свою туристичну індустрію для економіко-інноваційного зростання і просування культурних цінностей та спадщини в усьому світі. За оцінкою експертів UNWTO, міжнародний туризм досяг свого допандемічного рівня вже у 2024 році [2].

Особливістю індустрії туризму є мультиплікативний ефект, що відбивається в тому, що галузь впливає на розвиток пов'язаних галузей, таких як сфера громадського харчування, послуги готелів, транспорт і логістика [3]. Зовнішні приваби від просування туризму можуть також включати розвиток інфраструктури, освіти та соціального сектору.

Одним з найважливіших показників розвитку туризму є кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2023 році. За даними експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) у 2023 році в усьому світі було зареєстровано 1286 млн іноземних туристів (відвідувачів із ночівлею), що на 34% або на 325 млн більше, ніж у 2022 році [2].

Таким чином, в сучасному світі туризм став одним з найважливіших секторів світової економіки, впливаючи на соціальне, культурне, економіко-інноваційне та екологічне середовище. Завдяки активізації цієї галузі посилюються комунікативні зв'язки, розширюється культурний простір, розвива-

ються економіка та інновації, громадянська культура, збагачується духовний потенціал особистості та суспільства.

Основні тенденції розвитку туризму зумовлені епохою глобалізації, які проявляються у розширенні та реструктуризації ринку, консолідації та конверсії, горизонтальній та вертикальній інтеграції, широкому поширенні мережевого бізнесу між різними секторами туризму. Глобалізація туризму відбивається в різкому збільшенні туристичних потоків та послуг, масових видів відпочинку, уніфікації послуг, концентрації капіталу транснаціональними компаніями, розвитку інформаційних технологій [4; 5].

Міжкультурні комунікації та інтеграції в процесі глобалізації туризму сприяють взаємопроникненню локальних культур та формуванню «планетарної свідомості». На становлення масового туризму впливає низка чинників, таких, як соціально-демографічні, економічні, політичні, інституціональні, етнокультурні, інформаційні.

В той же час, глобалізація призводить й до негативних наслідків, зокрема розмиває межі національного, трансформує культурну ідентичність, нівелює своєрідність етнокультур і веде до уніфікації норм і стандартів.

Як показав досвід пандемії COVID-19, мала системний негативний вплив на туристичну галузь у світі [6] та надала обмеженість пересування та закриття кордонів, що в першу чергу, вплинуло на розвиток туристичної індустрії та призвело до різкого падіння ринку туристичних послуг, посилило необхідність збереження та посилення регіональних відмінностей. Тому в сьогодення на тлі глобалізації, до якої схильний світовий розвиток, йде процес регіоналізації та усвідомлення регіональних інтересів. Він просуває на світовий ринок унікальний, національно і регіонально ідентифікований туристичний продукт. У зв'язку з чим, помітною тенденцією на світовому туристичному ринку виступає диверсифікація, що проявляється у розвитку широкого розмаїття видів та форм туристичної діяльності, а також пов'язаних з ними нових послуг [7; 8].

У сучасному світовому туризмі відбиваються тенденції, які пов'язані з формуванням нового суспільства інформації, знань та комунікацій. Цифрова адаптація туристичної галузі може бути описана як глобальна мережа, яка включає безліч складових, представлених національними пам'ятками, культурно-історичними місцями, курортами, готелями тощо. Такі складові набувають мобільного характеру через обумовленість і перетворення їх на цифровий формат, що дозволяє стати об'єктами віртуалізації. У подальшому автори розглядають діджиталізацію як інструмент, стимулюючий розвиток туристичного потенціалу територій, та інновації, здатні підвищувати цінність туристичного продукту, де турист у межах нових для себе умов, параметрів та принципів здійснює подорож різними точками планети. Це значно розширює цільову аудиторію, мас-

штаби реклами, підвищує якість обслуговування клієнтів, скорочує час оцінки споживачем туристичного продукту та змінює його.

Прогнозується, що сукупність основних тенденцій розвитку світового туризму буде збережено і в майбутньому. Так, обсяг світової туристичної галузі до 2033 року зросте на 50% порівняно з 2019 роком, до \$15,5 трлн, інформує Bloomberg із посиланням на прогноз Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). Вказаний обсяг становитиме близько 11,6% глобальної економіки. До 2033 року в галузі буде зайнято до 430 млн осіб порівняно з 334 млн у 2019 році. Це майже кожне одне з дев'яти робочих місць у світі. Очікується, що сфера подорожей зростатиме набагато швидше, ніж економіка загалом. Протягом наступних 10 років туристична сфера США, яка є найбільшою у світі з річним обсягом виробництва \$2 трлн, поступиться Китаю. Прогнозується, що 2033 році туристичний сектор Китаю принесе \$4 трлн і становитиме 14,1% китайської економіки [9].

Не менш важливий вплив на розвиток туризму має політика міжнародних відносин, бо створення політичних союзів поширює глобалізаційні процеси шляхом відкриття кордонів між державами, членами союзів, або навпаки, ізолює країни в економічному, політичному, інноваційному розвитку від передових держав світу. Найвищою точкою антагонізму є війна. У 2023 році тривали 183 регіональні та локальні військові конфлікти, що є найбільшою кількістю за три десятиліття [10].

На жаль, Україна відноситься до тих територій, які потерпають від воєнних дій, що призвело до різкого падіння економічного розвитку, посилення бідності, міграції населення, погіршення демографічної ситуації. За даними Міністерства фінансів України, у 2022 році реальний ВВП скоротився на 30,4% порівняно з 2021 роком. За два роки номінальна заробітна плата знизилася на 12%, а реальна заробітна плата (виправлена інфляцією) знизилася на 27%. Рівень безробіття у 2022 році становив 21,1%, порівняно з 10,3% у 2021 році [9]. Погіршення зайнятості спостерігалось в усіх регіонах України. Враховуючи, що збитки, завдані інфраструктурі України, зростають з кожним днем, вартість відновлення тільки після річного періоду бойових дій становила \$411 млрд. Туристична індустрія, яка спрямована на задоволення потреб населення у відпочинку, найперша постраждала від цього конфлікту та не змогла досягти допандемічного рівня.

Якщо порівнювати з даними за 2021 рік, скорочення платників податків, пов'язаних із туризмом, є ще помітнішим — загальне зменшення на 36%, причому кількість юридичних осіб зменшилася на 51%, а фізичних осіб — на 30%. За оцінками внутрішньої статистики українського оператора Join UP протягом 2023 року його послугами скористалися 235 073 туристів. Це на 48% більше, ніж у 2022 році, але все ще вчетверо менше, ніж у 2021 році, що на

нашу думку, частково зумовлено процесами міграції населення України в пошуках безпеки. На кінець квітня 2023 року статус тимчасового захисту тільки в ЄС отримали 3,9 млн осіб [11]. Заборона авіасполучення, труднощі з транскордонними валютними операціями, ненадійна ситуація з безпекою туристів є одними зі визначальних гальмуючих факторів розвитку індустрії туризму.

Для відновлення та розвитку туризму на якісно новому рівні, обумовлених цифровою трансформацією суспільства, Україна має необхідний потенціал, який може бути реалізований через систему стратегічних, організаційних та інституціональних засад.

Враховуючи багатобічність та мультиструктурність туризму, його слід розглядати на основі сукупності теоретико-методологічних підходів. Скотт Мак Кейб у своїй роботі «Theory in tourism» запропонував використовувати рівневий підхід, який нівелює складність процесів розвитку теорії туризму [12]. Погоджуючись в цілому з цією точкою зору, думається, що рівневий підхід є складовою системного підходу до теорії туризму. Системний підхід надає можливість не тільки виділити різні рівні теорії, а й розкрити складність туристичної системи в межах системної динаміки. При цьому туризм, який характеризується типовими властивостями глобальних, національних, регіональних, бізнесових та індивідуальних систем, представлений як відкрита комплексна система з усіма її елементами та наявністю оптимальних відносин між ними.

Взаємозв'язки та ефекти системи туризму можна розділити на внутрішні та зовнішні підсистеми. Цей процес пов'язаний з роллю кожної підсистеми, де внутрішня підсистема відіграє дуже важливу ключову роль і безпосередньо впливає на існування туризму. У той час, зовнішні підсистеми, не применшуючи їх ролі, є допоміжними факторами та можуть опосередковано впливати на туризм.

Туризм, як будь-яка система, характеризується цілісністю, упорядкованістю, сталим розвитком, мінливістю.

Однією з основних властивостей системи туризму є цілісність. Цілісність у туризмі проявляється в наявності зв'язків між туристичною галуззю, природним середовищем, суспільством та економікою, що дозволяє досягти сталого розвитку туризму як системи. Сталий розвиток визначає здатність туризму адаптуватися до умов що змінюються, а також його здатність повертатися після відхилень в стан рівноваги.

Мінливість туризму зумовлює його рухливість, тому туризм як система перебуває постійно у розвитку, русі. При цьому рухливість туризму в сьогодення обумовлюється двома суперечливими тенденціями, характерними для сучасного суспільства. З одного боку, спостерігається соціальна інтеграція людства, з іншого - прагнення індивідуалізації кожного.

Не менш важливим для теорії туризму є просторово-часовий підхід.

Розвиток інновацій сприяв тому, що два основні поняття — час і простір — перестали бути однозначними в туризмі, вони диверсифікувалися і плюралізувалися. Географічні показники простору вже не грають таку значну роль в житті суспільства, як це було зовсім недавно. Географічне місце стало пластичним, штучно конструйованим, легко розділяється на частини і легко возз'єднується за бажанням. Інтернет зменшує до мінімуму дистанцію між людьми, в тому числі інформаційну. Ущільнення простору, зменшення значення дистанції, відчуття стиснутості часу внаслідок формування та розвитку глобальних туристичних потоків призводить до іншого сприйняття людиною просторово-часового континууму.

Діхотомія туризму у тому, що, з одного боку, сучасний туризм передбачає свободу пересування, свободу вибору з усього різноманіття соціокультурної реальності і долучення до неї, з другого боку, туризм формує особливе середовище туристичного простору, що базується на принципах стереотипизації його елементів. На основі цього підходу можна виділити різні рівні туристичної сфери життя: географічний, культурний, рівень соціального простору, рівень життєвого простору особистості, аналіз яких дозволяє визначити низку сутнісних характеристик та фундаментальних закономірностей розвитку феномену туризму як форми просторово-часового розвитку особистості та соціуму.

Особливої уваги заслуговує комунікативний підхід до туризму, який набув важливого значення в епоху глобалізації та інформатизації культури. Сфера туризму створює базу, умови для соціальних та міжкультурних комунікацій, стаючи джерелом передачі та отримання інформації про інший соціокультурний простір, що, у свою чергу, ініціює інтерес до розуміння своєї культури. В період цифрової трансформації суспільства формується єдиний інформаційний туристичний простір, здатний функціонувати з урахуванням сучасних світових стандартів та технічного рівня у сфері туризму, що змінює традиційні підходи до комунікацій. Крім того, відбувається діджиталізація туристичної сфери та її консолідація з інформаційними компаніями.

Економічний підхід до вивчення феномену туризму передбачає комплексний аналіз туристичної сфери як сукупності виробничих ресурсів і сил, залучених до формування, реалізації та просування туристичного продукту. Найважливішими поняттями економічного аналізу туризму є поняття ринку, конкуренції, попиту та пропозиції.

До основних теоретичних доробок в дослідженні туризму слід віднести соціальну філософію, яка відбиває процеси сучасної соціокультурної реальності та відображає такі тенденції розвитку

сучасного суспільства, як мобільність, візуальність, віртуальність, інформатизація, споживання, глобальність. Разом з тим туризм як невід'ємний елемент соціальної системи, впливає на буття окремого індивіда, соціальних груп, соціуму в цілому, що дозволяє позначити якісно нові характеристики туризму та осмислити їх у межах соціально-філософського аналізу.

Туризм, як явище світової культури, впливає, у свою чергу, на розкриття та досягнення різних сторін і характеристик самої культури: сутності, видів, форм і функцій. На конкретних прикладах можна ознайомитися як із рівнем розвитку певних історичних епох та цивілізацій, так й зі ступенем удосконалення різних сфер людського життя та діяльності. Чинники історичної наступності візуалізуються, значно активізуються пізнавальна, інформативна, комунікативна, оціночна сторони сприйняття дійсності. У турі відбувається знайомство з іншим соціокультурним простором та його освоєння; проводиться на підсвідомому рівні компаративний аналіз ставлення до природи, суспільства та окремої людини, як у іншому, так й у власному соціумі. У зв'язку з цим розгляд туризму в соціокультурному просторово-часовому континуумі є актуальним.

Сучасному туризму властива також етична філософія, яка відбиває поведінку туристів, турбізнесу та туристських адміністрацій щодо природи та культури дестинацій.

З позицій антропології туризм — це спроба людини виступити за межі замкнутості свого буття у відкритість, знайти шлях до нового та невідомого за допомогою нескінченного пошуку ідеалу. Це відповідає епосі віртуалізації та інформатизації. Пластичність споживача, стала провідною характеристикою особистості: «кожен може бути будь-яким». Доступність технологій віртуалізації робить це можливим практично для кожного. Сучасна людина на своєму комп'ютері може самостійно творити реальність віртуального простору, йти в цей простір і жити в цьому суто віртуальному світі.

Віртуальні подорожі значно поширюють можливості людини, яка з якихось причин не може зараз відправитися в реальну подорож і отримує практично повноцінні емоції, повністю занурюючись у віртуальну реальність подорожі. Фактично у сучасного туриста відбувається переорієнтація з матеріального та духовного переважно на чуттєвий досвід пізнання. Віртуальна реальність — лише один з інструментів цифрової трансформації сприйняття туристичного простору.

Розуміння теоретичних засад в поєднанні з практичним досвідом розвитку туризму в світі дозволяє не тільки обґрунтувати необхідність його першочергового розвитку в повоєнний період для України, але і розглянути основні шляхи розвитку туризму в умовах цифрового суспільства.

Не дивлячись на те, що галузь туризму в Україні є однією з найбільш постраждалих галузей під час воєнних дій, вона продовжує функціонувати, що призведе до прогнозованого його обсягу в \$1519,00 млн до 2028 року. Очікується, що до 2028 року онлайн-продажі генеруватимуть 83% загального доходу українського ринку подорожей і туризму [3].

В повоєнний період перед Україною стоїть завдання, яке полягає в подоланні протиріччя між необхідністю інтеграції у світове господарство, з одного боку, і забезпеченні стабільності розвитку, захисті національних інтересів і безпеки, з іншого.

Фокус національної стратегії може спиратись на наступні пріоритети:

- зміцнення співробітництва між країнами для створення безпечних туристичних коридорів, що забезпечують безперешкодний та безпечний потік туристів через країну;
- розробка загальних протоколів та стандартів в області охорони здоров'я та безпеки туризму;
- нарощування потенціалу зацікавлених сторін у сфері туризму;
- збільшення участі приватного сектору та його провідної ролі в ініціативах розвитку туризму, а також реалізація спільних ініціатив щодо просування туризму;
- покращення інституційних структур та управління туризмом;
- зниження сезонних впливів;
- поліпшення повітряного та наземного транспорту та їх доступності;
- ефективний брендинг та просування туризму на міжнародних ринках;
- поліпшення інфраструктури, туризму, туристичних послуг та стандартів якості;
- інновації та цифровізація;
- залучення інвестицій приватного сектора та розвиток державно-приватного партнерства;
- регіональне співробітництво в галузі туризму, зокрема, створення туристичних кластерів для сталого розвитку.

Як зазначається у сучасних дослідженнях, відновлення туристичної галузі після криз потребує комплексного підходу до управління ризиками та стійкістю системи [13; 14].

На початкових етапах повоєнного відновлення ефективними можуть бути «два загальні підходи до стабілізації ситуації: перший — спрямований на забезпечення пільгових кредитних ліній для бізнесу,

а другий — на відтермінування оплати боргових і податкових зобов'язань» [15].

Інтерес світової спільноти до подій в Україні доцільно підкріплювати формуванням привабливих туристичних дестинацій і ціннісних пропозицій, що сприятимуть стабільним надходженням від міжнародного туризму до державного бюджету. Як підкреслюється у дослідженнях, трансформація туризму у посткризовий період має базуватися на принципах сталості, екологічної відповідальності та соціальної орієнтації [16].

Не менш важливим завданням туризму у повоєнний період є реабілітація населення на основі соціальної підтримки військовослужбовців, дітей та осіб, які постраждали внаслідок воєнних дій, а також подолання соціальної ізоляції та відчуженості.

Очевидно, що у цей період, попри складний економічний і соціальний стан, створюються передумови для переорієнтації діяльності волонтерських організацій на вирішення проблем запобігання негативним соціальним явищам (самогубствам, злочинності, розпаду сімей тощо).

Водночас варто враховувати, що в новітній історії концепція вільного часу зазнала суттєвої трансформації: від засобу відновлення фізичних і розумових сил до інструменту самореалізації та отримання задоволення від життя. Це призвело до зміни ролі туризму — від відновлювальної функції до засобу розвитку особистості та задоволення інтелектуальних потреб.

Перспективи подальших досліджень. Не претендуючи на всеосяжний розгляд теоретичних підходів до такого багатогранного явища як туризм, слід відмітити, що туризм в сьогодення відіграє вирішальну роль у розвитку національної економіки, а його сталий економіко-інноваційний розвиток забезпечує стабільність національної системи. Як складне, багатофункціональне явище, туризм в умовах інформаційного суспільства та нестабільного зовнішнього середовища, потребує глибокого осмислення практичних результатів, вивчення особливості їх впливу на теоретичні надбання та визначення оптимальних шляхів подальшого розвитку. Такий підхід важливий для національної економіки, яка стикнулася у своєму розвитку з кризовими явищами. Це спонукає до пошуку нових важелів впливу та обґрунтування стратегій сталого розвитку туристичної галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. GDP growth (annual %) from The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>
2. SDG Goals — UN Statistics Division. Industry, innovation and infrastructure. URL: <https://unstats.un.org/goal-09>
3. Борецька Н.П., Крапівіна Г.О. Напрями дослідження розвитку туристично-рекреаційної сфери як об'єкта державного управління. *Економічний вісник Донбасу*. 2021. № 3 (65). С. 147–154. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-3\(65\)-147-154](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-3(65)-147-154)

4. Higgins-Desbiolles F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22, Iss. 3. P. 610–623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
5. Lew A. A. et al. Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22, Iss. 3. P. 455–466. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1770326>
6. Борецька Н. П. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі: світовий досвід. *Бізнес-навігатор*. 2021. № 6 (67). С. 64–69. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.67-11>
7. Hall C. M., Scott D., Gössling S. Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 117. P. 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
8. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Cleaner Production*. 2020. Vol. 277. Art. 122245. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122245>
9. Доходи світової туристичної галузі сягнуть \$15,5 трильйонів до 2033 р. — прогноз. URL: <https://forbes.ua/news/dokhodi-svitovoi-turistichnoi-galuzi-syagnut-155-trln-do-2033-roku-prognoz-wttc-21082023-15527>
10. Conflict Trends: A Global Overview, 1946–2024. Uppsala Conflict Data Program, & Peace Research Institute Oslo, 2024.
11. Вїїзд із України під час війни. URL: <https://biz.nv.ua/markets/turisticheskij-vzglyad-2023-tendencii-i-prognozy-50391247.html>
12. Scott Mc Cabe. Theory in tourism. *Annals of Tourism Research*. 2024. Vol. 104. Art. 103721. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103721>
13. Sharma G. D., Thomas A., Paul J. Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*. 2021. Vol. 37. Art. 100786. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100786>
14. Marion K. Risk and Uncertainty in Travel Decision-Making: Tourist and Destination Perspective. *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57, Iss. 1. P. 129–146. <https://doi.org/10.1177/0047287516678337>
15. Salim M. A. M., Mior Shariffuddin N. S., Eppang B. M., Widjaja H. R., Azinuddin M., Mat Som A. P., Madkhali H., Alotaibi S. Navigating uncertainty through resilience, absorptive capacity and adaptive performance in shaping SME exit intentions in the tourism industry. *Journal of Tourism and Services*. 2024. Vol. 15, Iss. 29. P. 267–293. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i29.909>
16. Tourism Trends and Policies 2020. OECD Publishing, Paris, 2020. 387 p. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>

Надійшла до редакції 04.05.2026

Прийнята до друку 23.06.2026

Опублікована 29.09.2026

REFERENCES

1. The World Bank. (n.d.). GDP growth (annual %). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>
2. UN Statistics Division. (n.d.). SDG Goals — Industry, innovation and infrastructure. <https://unstats.un.org/goal-09>
3. Boretska, N. P., & Krapivina, H. O. (2021). Research directions for the development of the tourism and recreation sphere as an object of public administration. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, 3 (65), 147–154. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-3\(65\)-147-154](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-3(65)-147-154) [in Ukrainian].
4. Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610–623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
5. Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., & Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. *Tourism Geographies*, 22(3), 455–466. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1770326>
6. Boretska, N. P. (2021). Consequences of the COVID-19 pandemic for the tourism industry: Global experience. *Biznes-navihator*, 6(67), 64–69. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.67-11> [in Ukrainian].
7. Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
8. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Cleaner Production*, 277, 122245. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122245>
9. Forbes Ukraine. (2023, August 21). Global tourism industry revenues will reach \$15.5 trillion by 2033 — forecast. <https://forbes.ua/news/dokhodi-svitovoi-turistichnoi-galuzi-syagnut-155-trln-do-2033-roku-prognoz-wttc-21082023-15527> [in Ukrainian].
10. Uppsala Conflict Data Program, & Peace Research Institute Oslo. (2024). Conflict Trends: A Global Overview, 1946–2024.
11. NV Biz. (2023). Departure from Ukraine during the war. <https://biz.nv.ua/markets/turisticheskij-vzglyad-2023-tendencii-i-prognozy-50391247.html> [in Ukrainian].
12. McCabe, S. (2024). Theory in tourism. *Annals of Tourism Research*, 104, 103721. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103721>
13. Sharma, G. D., Thomas, A., & Paul, J. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100786. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100786>
14. Marion, K. (2018). Risk and uncertainty in travel decision-making: Tourist and destination perspective. *Journal of Travel Research*, 57(1), 129–146. <https://doi.org/10.1177/0047287516678337>
15. Salim, M. A. M., Mior Shariffuddin, N. S., Eppang, B. M., Widjaja, H. R., Azinuddin, M., Mat Som, A. P., Madkhali, H., & Alotaibi, S. (2024). Navigating uncertainty through resilience, absorptive capacity and adaptive performance in shaping SME exit intentions in the tourism industry. *Journal of Tourism and Services*, 15(29), 267–293. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i29.909>
16. OECD. (2020). Tourism Trends and Policies 2020. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>

Received: 04.05.2026

Accepted: 23.06.2026

Published: 29.09.2026

Борецька Н. П., Крапівіна Г. О. Сталій розвиток повоєнної економіко-інноваційної діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери України та світу

В статті розглянуто сталій розвиток повоєнної економіко-інноваційної діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери світу на прикладні аспекти динаміки, з урахуванням можливості застосування в повоєнний період в Україні. В статті показано, що туризм в сьогодення відіграє вирішальну роль у розвитку національної економіки, а його сталій економіко-інноваційний розвиток забезпечує стабільність національної системи. В статті обґрунтовано, що як складне, багатофункціональне явище, туризм в умовах інформаційного суспільства та нестабільного зовнішнього середовища, потребує глибокого осмислення практичних результатів, вивчення особливості їх впливу на теоретичні надбання та визначення оптимальних шляхів подальшого розвитку. В статті визначено, що такий підхід важливий для національної економіки України, яка стикнулася у своєму розвитку з кризовими явищами. Це спонукає до пошуку нових важелів впливу та обґрунтування стратегій сталого розвитку туристичної галузі. В статті показано, що розвиток інновацій сприяв тому, що два основні поняття — час і простір — перестали бути однозначними в туризмі, вони диверсифікувалися і плюралізувалися. А розвиток інновацій сприяв тому, що два основні поняття — час і простір — перестали бути однозначними в туризмі, вони диверсифікувалися і плюралізувалися. Визначено, що такий підхід важливий для національної економіки, яка стикнулася у своєму розвитку з кризовими явищами. Це спонукає до пошуку нових важелів впливу та обґрунтування стратегій сталого розвитку туристичної галузі.

Ключові слова: економіко-інноваційна діяльність, сталій розвиток, час, простір, вільний час.

Boretska N., Krapivina H. Sustainable development of post-war economic and innovation activities of tourism and recreation enterprises in Ukraine and worldwide

The article examines the sustainable development of the post-war economic and innovation activities of tourism and recreation enterprises globally through the prism of applied dynamics, considering the possibilities of its implementation during the post-war period in Ukraine. The study demonstrates that tourism currently plays a crucial role in the development of the national economy, while its sustainable economic and innovative development ensures the overall stability of the national system. It is substantiated that as a complex, multifunctional phenomenon within the information society and an unstable external environment, tourism requires a profound comprehension of practical results, an examination of their impact on theoretical frameworks, and the identification of optimal pathways for future development. The article determines that such an approach is vital for the national economy of Ukraine, which has encountered crisis phenomena in its development. This shifts the focus toward seeking new levers of influence and substantiating strategies for the sustainable development of the tourism sector. Furthermore, the paper highlights that innovation development has contributed to the fact that two fundamental concepts—time and space—have ceased to be unambiguous in tourism, becoming diversified and pluralized. This approach remains essential for the national economy under crisis conditions, prompting the search for novel instruments of influence and the justification of sustainable tourism development strategies.

Keywords: economic and innovation activity, sustainable development, time, space, leisure time.