

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН  
ТА МАРКЕТИНГУ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

Освітнього ступеня «бакалавр»

на тему: **«ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ  
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ  
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ  
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи Мев-41

Спеціальності 292 “Міжнародні економічні відносини”  
(шифр і назва)

Гірна Р.Р.  
(Прізвище та ініціали)

Керівник Хривський Р.П.  
(Прізвище та ініціали)

Рецензент: Кучер Л.Ю.  
(Прізвище та ініціали)

**ДУБЛЯНИ 2023**

**Міністерство освіти і науки України**  
**Львівський національний університет природокористування**  
**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА**  
**МАРКЕТИНГУ**

Освітній ступінь «Бакалавр»

Спеціальність 292 “Міжнародні економічні відносини”

(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_

(підпис)

к.е.н., доцент Линдюк А.О.

(звання, ступінь, прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

Гірної Руслани Русланівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1

Керівник проекту (роботи) Хірівський Роман Петрович к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Т Затверджені наказом ЛНУП від “30” грудня 2022 р. № 453/К-С

е 2. Строк подання студентом проекту (роботи) до “15” травня 2023 року

м 3. Вихідні дані до проекту (роботи) нормативно-правові документи,  
а зокрема, дані офіційної статистики країн Європейського Союзу, статті зі  
Р спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблематику COVID-19,  
а па пандемію як чинник розвитку інноваційних видів туризму, Електронні ресурси –  
М Мережа Інтернет.

б 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити). Вступ. 1. Теоретико-методичні засади впровадження інноваційних видів туризму. 1.1. Сутність та значення міжнародного туризму в країнах Європейського Союзу в умовах пандемії Covid-19. 1.2. Роль інноваційних видів туризму та їхня роль у сучасному туризмі. 2. Комплексний аналіз впливу пандемії COVID-19 на функціонування галузі туризму в державах Європейського Союзу. 2.1. Функціонування галузі туризму у державах Європейського Союзу у період пандемії COVID-19. 2.2. Регіональні аспекти впливу пандемії коронавірусу на галузь туризму у державах Європейського Союзу. 2.3. Впровадження та поширення інноваційних видів туризму у державах ЄС на період поширення пандемії COVID-19. 3. Використання досвіду формування перспективних напрямів розвитку туризму у державах Європейського Союзу в рамках післявоєнного розвитку галузі туризму України. 3.1. Перспектива розвитку інноваційних видів туристичних послуг як відповідь на виклики пандемії COVID-19. 3.2 Перспективні напрямки

впровадження інноваційних видів туризму в післявоєнній Україні із урахуванням досвіду держав ЄС.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиці, рисунки

6. Дата видачі завдання "30" 01 2023 року

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)
1.	Отримання завдання. Вивчення рекомендованої літератури по темі ДР. Написання аналітичного огляду. Вивчення об'єкту. Аналіз існуючого стану (складання програми; написання пояснювальної записки; підготовка картографічних матеріалів для дипломної роботи).	30.01.2023-23.02.2023.
2.	Розробка перспективного рішення та його обґрунтування (написання перспективної частини; виготовлення планової основи для основного варіанту роботи).	24.02.2023-15.03.2023
3.	Розробка та обґрунтування пропозицій щодо реалізації роботи. Розробка питань з охорони праці та захисту населення. Написання економічної частини роботи; висновків і пропозицій з реалізації роботи; питань з охорони праці і захисту населення; кінцеве редагування пояснювальної записки; оформлення кінцевого варіанту роботи та інших графічних матеріалів, які представляються до захисту в ЕК).	16.03.2023-19.04.2023
4.	Кінцеве оформлення дипломної роботи (здача пояснювальної записки керівнику ДР; виправлення його зауважень; здача ДР на рецензування; кінцеве оформлення ілюстративних матеріалів, таблиць).	20.04.2023-15.05.2023
5.	Підготовка до захисту в ЕК. Пробний захист на випускній кафедрі (написання доповіді й погодження її з керівником ДР; виправлення зауважень у графічній частині).	Травень 2023

Студент \_\_\_\_\_

( підпис )

Гірна Р.Р.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_

( підпис )

Хірівський Р.П.

(прізвище та ініціали)

## **УДК 338.48:65.589(045)**

Дипломна робота: 88 сторінок текстової частини, 24 рисунки, 5 таблиць, 35 позицій літературних джерел.

Впровадження інноваційних видів міжнародного туризму в країнах Європейського Союзу в умовах пандемії Covid-19.

Гірна Р.Р. - Кваліфікаційна робота. Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу. - Дубляни, Львівський НУП, 2023.

Дипломна робота розкриває актуальні аспекти впровадження у державах Європейського Союзу інноваційних видів міжнародного туризму як перспективних напрямків розвитку туризму в умовах пандемії Covid-19.

У першому розділі розглядаються теоретичні засади дослідження інноваційних видів туризму, розглядається термін “інноваційний туризм”, трактований різними вітчизняними та іноземними науковцями туристичної сфери. Сформовано та подано класифікацію інновацій у сфері туризму.

У другому розділі розглядаються тенденції поширення пандемії COVID-19 у державах Європейського Союзу та аналізується вплив карантинних обмежень на функціонування сфери туризму у державах ЄС, наведено статистичні дані, що демонструють значне падіння показників туристичної активності у розрізі усіх досліджуваних держав ЄС. Визначено чотири групи держав, що характеризуються найбільш схожими змінами щодо власних туристичних секторів внаслідок пандемії. Подано характеристику найбільш поширених інноваційних видів туризму у досліджуваних державах Європейського Союзу.

У третьому розділі здійснено моделювання розвитку сфери туризму провідних держав світу на період до 2035 року. Визначено проблеми та сформовано перспективи подальшого розвитку інноваційних видів туризму у країнах Європейського Союзу та наведено досвід, котрий може перейняти сфера туризму в Україні у повоєнний період.

У висновку синтезовано результат роботи.

## **Анотація**

Дипломна робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів впровадження інноваційних видів міжнародного туризму в країнах Європейського Союзу в умовах пандемії Covid-19. На основі опрацьованої інформації виявлено економічні передумови впровадження інновацій у сфері туристичної діяльності, проаналізовано вплив поширення пандемії на показники туристичної активності досліджуваних держав Євросоюзу. Виокремлено чотири групи держав, що зазнали схожих змін туристичних секторів внаслідок впровадження карантинних обмежень. Виділено найбільш поширені інноваційні види туризму у розрізі держав Європейського Союзу.

Здійснено моделювання розвитку туристичної галузі на період до 2035 року у розрізі чисельності прибулих туристів та обсягу доходу від наданих туристичних послуг. Подано перспективні напрямки впровадження інноваційних видів туризму в післявоєнній Україні із урахуванням досвіду держав ЄС.

## **Summary**

The thesis is devoted to the study of theoretical and practical aspects of the implementation of innovative types of international tourism in the countries of the European Union in the conditions of the Covid-19 pandemic. On the basis of the processed information, the economic prerequisites for the introduction of innovations in the field of tourism activity were identified, the impact of the spread of the pandemic on the indicators of tourism activity of the studied EU states was analyzed. Four groups of states that have undergone similar changes in the tourism sector as a result of the introduction of quarantine restrictions have been singled out. The most common innovative types of tourism in the European Union countries are highlighted.

Modeling of the development of the tourism industry for the period up to 2035 was carried out in terms of the number of arriving tourists and the amount of income from the provided tourist services. Prospective directions for the introduction of innovative types of tourism in post-war Ukraine are presented, taking into account the experience of the EU states.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ.....	9
1.1 Сутність та значення туризму в сучасному світі.....	9
1.2 Види туристичних послуг та їх ключові відмінності.....	13
1.3. Інноваційні види туризму та їхня роль у сучасному туризмі.....	17
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ДЕРЖАВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	25
2.1. Функціонування галузі туризму у державах Європейського Союзу у період пандемії COVID-19.....	25
2.2. Регіональні аспекти впливу пандемії коронавірусу на галузь туризму у державах Європейського Союзу.....	34
2.3. Впровадження та поширення інноваційних видів туризму у державах ЄС на період поширення пандемії COVID-19.....	49
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ФОРМУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ДЕРЖАВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В РАМКАХ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ.....	61
3.1. Перспектива розвитку інноваційних видів туристичних послуг як відповідь на виклики пандемії COVID-19.....	61
3.2 Перспективні напрямки впровадження інноваційних видів туризму в післявоєнній Україні із урахуванням досвіду держав ЄС.....	72
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	85

## ВСТУП

**Актуальність.** Сфера туризму є високодинамічною галуззю економіки, що характеризується впровадженням нових технологій, формуванням нових механізмів для спрощення процесу функціонування туристичного ринку при одночасному урізноманітненні асортименту туристичних послуг. Вказана тенденція опирається на впровадження й поширення нововведень інформаційного простору, перехід інформації у світ інтернету й штучного інтелекту. Інноваційні туристичні послуги займають провідну роль у процесі популяризації туристичної сфери. Щоб не відставати від віянь часу, фахівці досліджуваної галузі змушені безперервно провадити креативну політику, впроваджуючи інноваційні види міжнародного туризму.

Сучасні споживачі характеризуються значною вимогливістю, що пов'язано із наявністю значного вибору як туристичних операторів, так й туристичних послуг, тому компанії завжди необхідно мати у наявності послуги, відмінні від конкурентів на ринку. Як світ сучасних технологій, так й світ туристичних послуг не стоїть на місці, перебуваючи під впливом макро- та мікрочинників, котрі стимулюють створювати нові продукти. Через набуття глобальності та виникнення сучасних технологій проваджуються інноваційні види туризму.

Яскравим прикладом вказаного макрочинника стало розповсюдження захворюваності на вірус COVID-19. У результаті поширення вказаної пандемії по усьому світу у туристичній сфері оператори впроваджують інноваційні види й технології задля утримання споживачів та продовження функціонування цієї сфери.

З поміж вітчизняних учених питання інновацій у сфері туризму досліджувались такими вітчизняними та іноземними науковцями, як: Л.М. Ткачук, В.С. Сайчуком, В.С. Новиковим, О.Г. Давидовою, Н.М. Власовою, В.В. Смирновою, Н.Ю. Семенченко, Т.І. Ткаченком, С.В. Мельниченком, М.Г. Бойком та іншими.

*Мета дипломного дослідження полягає у дослідженні впливу пандемії*

COVID-19 на розвиток інноваційних видів туризму у державах Європейського Союзу та розробці перспективних напрямків розвитку туризму у післявоєнній Україні із урахуванням європейського досвіду.

На основі вказаної мети сформульовано наступні завдання:

1. Визначення теоретико-методичних засад дослідження інноваційних видів туризму;
2. Дослідження суті та значення сфери туризму у сучасному світі, видів туризму та їхніх відмінностей;
3. Розкриття ролі інноваційних видів туризму у сучасному туризмі;
4. Аналіз впливу поширення COVID-19 на туристичну галузь держав ЄС;
5. Характеристика регіональних особливостей впливу поширення пандемії COVID- 19 на сферу туризму у державах Європейського Союзу;
7. Порівняння інноваційних видів туризму, котрі впроваджуються у державах Європейського Союзу у період поширення коронавірусу;
8. Формулювання проблем і перспективних напрямків розвитку туризму у державах ЄС в умовах поширення коронавірусу та запозичення досвіду для України у післявоєнних час, зокрема - впровадження актуальних напрямів впровадження інноваційних видів туризму у нашій державі за досвідом держав Європейського Союзу.

*Об'єктом проведеного дослідження є туристична система держав Європейського Союзу.*

*Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних та закордонних вчених у сфері міжнародного туризму, діючі законодавчі та нормативні акти правової регламентації політики ЄС у сфері охорони здоров'я, статистичні дані Державної служби статистики України, міжнародних інформаційних ресурсів: Євростату, Статистичної бази даних Всесвітньої торговельної організації та Всесвітньої туристичної організації, інформаційно-аналітичний огляд ключових експертів ринку туристичних послуг України.*



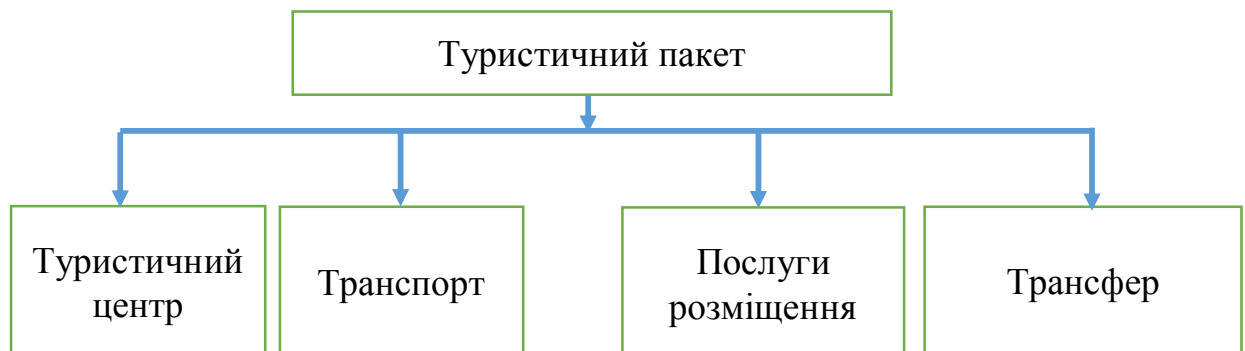
## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ.

### 1.1 Сутність та значення туризму в сучасному світі.

На початку XXI століття сучасній людині складно уявити власне життя без подорожей. Згідно статистичних даних прикордонної служби України, протягом 2021 року за кордон з метою туризму виїхало понад 11 млн. 250 тисяч українців [10].

Розвиток глобалізаційних процесів надає туризму ширшого значення, формуються нові види та напрямки, туристичні агентства подають різноманіття пропозицій, споживачі усе більше відчують потребу у подорожах й нових відчуттях, з метою набуття вражень і відпочинку від урбанізованого життя.

Планування подорожі є достатньо трудомістким процесом у котрому приймає участь низка складових, однією із базових речей є туристичний пакет, котрий включає у себе мінімальний набір ключових елементів, що необхідні для здійснення подорожей, зокрема наявність: туристичного центру, транспорту, послуг розміщення, трансферу (рис.1.1).



**Рис.1.1. Складові елементи туристичного пакету**

Трактування терміну “туризм” формулюється різними дослідниками іноді діаметрально протилежно, тож порівняємо сформульовані визначення окремих із них.

Зокрема, на думку О.М. Шуплата туризм є багатогранним явищем, котре поєднує низку економічних, соціальних, культурних та екологічних аспектів, при цьому маючи значний потенціал щодо постійного прогресу,

тісно взаємодіючи із низкою галузей економіки тим самим зумовлюючи його ключове місце у соціальному та економічному житті держав й народів.

В. Хунзикер та К. Крапф трактують туризм як низку явищ та взаємин у результаті короткострокових подорожей людей, до того часу, доки це не приводить до їхнього сталого перебування у визначеному місці й не є пов'язаним із отриманням ними якої- небудь матеріальної вигоди [15].

У ЗУ “Про туризм” від 15.09.1995 р. № 324/95- ВР: мовиться, що туризм є тимчасовим виїздом особи із місця проживання у оздоровчих, пізнавальних та професійно-ділових цілях без ведення оплачуваної діяльності у місці, куди вказана особа від'їжджає” [7].

В. Г. Герасименком туризм розглядається як галузь народного господарства нематеріальної сфери, а саме у якості суспільно-організованої економічної діяльності, спрямованої на виробництво товарів та послуг задля задоволення потреб мешканців, котрі знаходяться поза межами сталого місця проживання [3].

Н.В. Фоменком туризм трактується у якості сукупності відносин, зв'язків та явищ, котрі супроводжують поїздку та перебування людей у місцях, котрі не є місцями їхнього постійного чи довготермінового проживання та не пов'язані із їхньою трудовою діяльністю [20].

Згідно бачення Ю. Верланова, туризм є формою масових подорожей і відпочинку задля ознайомлення із навколишнім середовищем, котре характеризується екологічним, освітянським й іншими елементами [1].

Любіцева О.О. вважає, що туризм виконує мультифункціональну функцію, визначаючи його як мобільний спосіб споживання та рекреаційної діяльності, котрий ґрунтується на подоланні простору і пов'язаний із територією та характером середовища (не лише природного, але й соціально-культурного і економічного середовища здійснення людської діяльності) [11].

Структура туризму включає певну систему й побудову, що презентується у вигляді кластеру, оскільки він включає низку складових,

котрі у роботі мають значний взаємозв'язок. Вказаними складовими елементами туристичних кластерів є галузі постачальників послуг, котрі представлено закладами розміщення (готелями), закладами харчування, засобами переміщення й фундаментом туристичного кластера - людськими ресурсами, інфраструктурою, маркетингом, мікро- і макросередовищем туризму (рис.1.2).



**Рис.1.2. Інтегральна схема типового туристичного кластеру**

Згідно бачення А.В. Антонова й Ю.А. Краснова туристична діяльність є пов'язаною із рекреацією, обов'язковістю переміщення людини поза межі місць постійного проживання. Таким чином автори характеризують туризм у якості форми рекреації (активного виду відпочинку) [5].

Тож, проаналізувавши подані терміни, можемо дійти висновку, що туризм є галуззю, котра з одного боку - включає у себе та здатна перебувати під впливом, з іншого - має вплив на низку аспектів культурного, економічного, політичного, соціального, кліматичного й іншого характеру,

маючи у основі подорож, котра триває понад 24 годин та здійснюється поза межами сталого місця перебування людини, включаючи у себе різноманіття цілей без ведення оплачуваної діяльності у місцях перебування.

Сформувавши та розглянувши термінологію туризму ми одержали визначену сутність досліджуваної галузі. Таким чином сформуємо на базі цього перелік сфер, на котрі впливає галузь туризму:

Економіка. Туризм формує понад 10% валового внутрішнього продукту держав Європейського Союзу, забезпечуючи, зокрема, від 2,6% у Республіці Словаччині до понад 25% у Хорватії. У низці держав галузь туризму перебуває у трійці бюджетоутворюючих галузей економіки. До цих держав варто віднести Хорватію (25%), Кіпр (22%), Грецію (21%), Португалію (19%), Австрію, Естонію, Іспанію (15%), Італію (13%) [26].

Сфери культури. Туризм несе у собі певне пізнання історії й культурну еволюцію людини, зростання показника обізнаності про державу. У тій чи іншій мірі людина пізнає культуру держави де вона перебуває (завдяки короткій розповіді гіда, пізнанню кулінарії тощо).

Сфера освіти. Як й кожна галузь економіки, туризм включає елементи пізнання та освіти. Яскравим прикладом є розвиток екскурсійного туризму. При його допомозі екскурсант ознайомлюється із історією та культурою держави. Науковцями виділяється також бурхливий розвиток впродовж останнього десятиліття освітнього туризму, у самій назві котрого закладено значення.

Соціальна сфера. Туризм є різностороннім явищем, включаючи у себе низку взаємовідносин із жителями приймаючої держави. Навіть в умовах відпочинкового туризму, у процесі планування чи вже під час подорожей туристи контактують із іншими людьми. Завдяки цьому туризм є одним із факторів налагодження соціальних та соціально-культурних зв'язків поміж громадянами різних держав.

Сфера охорони здоров'я. Туризм надає змогу оздоровлюватись як фізично, (у випадку, якщо це рекреаційний вид туризму), так й морально і

емоційно, що є основою будь-яких подорожей.

## **1.2 Види туристичних послуг та їх ключові відмінності.**

Туристичні послуги є достатньо різноманітним щодо напрямків, мети подорожей, характеру та іншого. Як й усі напрямки економіки, галузь туризму має підтипи, завдяки котрим є можливість чіткого формулювання мети та різних необхідних додатків з метою покращення якості подорожі та максимального задоволення споживачів туристичних послуг [3].

Впровадження широкого розгалуження підвидів туризму відіграє значну роль у практичній діяльності працівників сфери туризму. Воно сприяє виявленню попиту на туристичні послуги та формуванню ринку туризму, виробленню та реалізації туристичних продуктів, вирішенню проблем територіального розташування об'єктів інфраструктури туризму, плануванню розвитку матеріальної бази сфери туризму. У таблиці 1.1 подано класифікацію ключових видів туризму у залежності від мети подорожуючих та їхньої характеристики.

Таким чином, базою будь-якого виду вважається подорож, котра має перебувати поза межами постійного та звичного перебування туристів, без ведення оплачуваної діяльності. У залежності від вибраного виду, подорожі матимуть різну мету і категорію споживача. З метою ознайомлення із відмінностями тематики, візьмемо для прикладу діловий і рекреаційний туризм. Відмінність вказаних двох типів туризму полягатиме у тому, що діловий туризм є націленим на поїздку із діловою метою, зокрема - для покращення власних професійних навичок, а рекреаційний туризм - із метою відпочинку й оздоровлення, зокрема - відпочинок на курорті [2].

У процесі ведення туристичної діяльності розрізняють також наступні типи туризму: неорганізований (у т.ч. - самодіяльний) та організований (плановий). Різниця поміж ними полягає у тому, що неорганізований вид туризму вважається специфічним типом туристичної діяльності, котра ведеться самостійно на аматорських та добровільних засадах, а

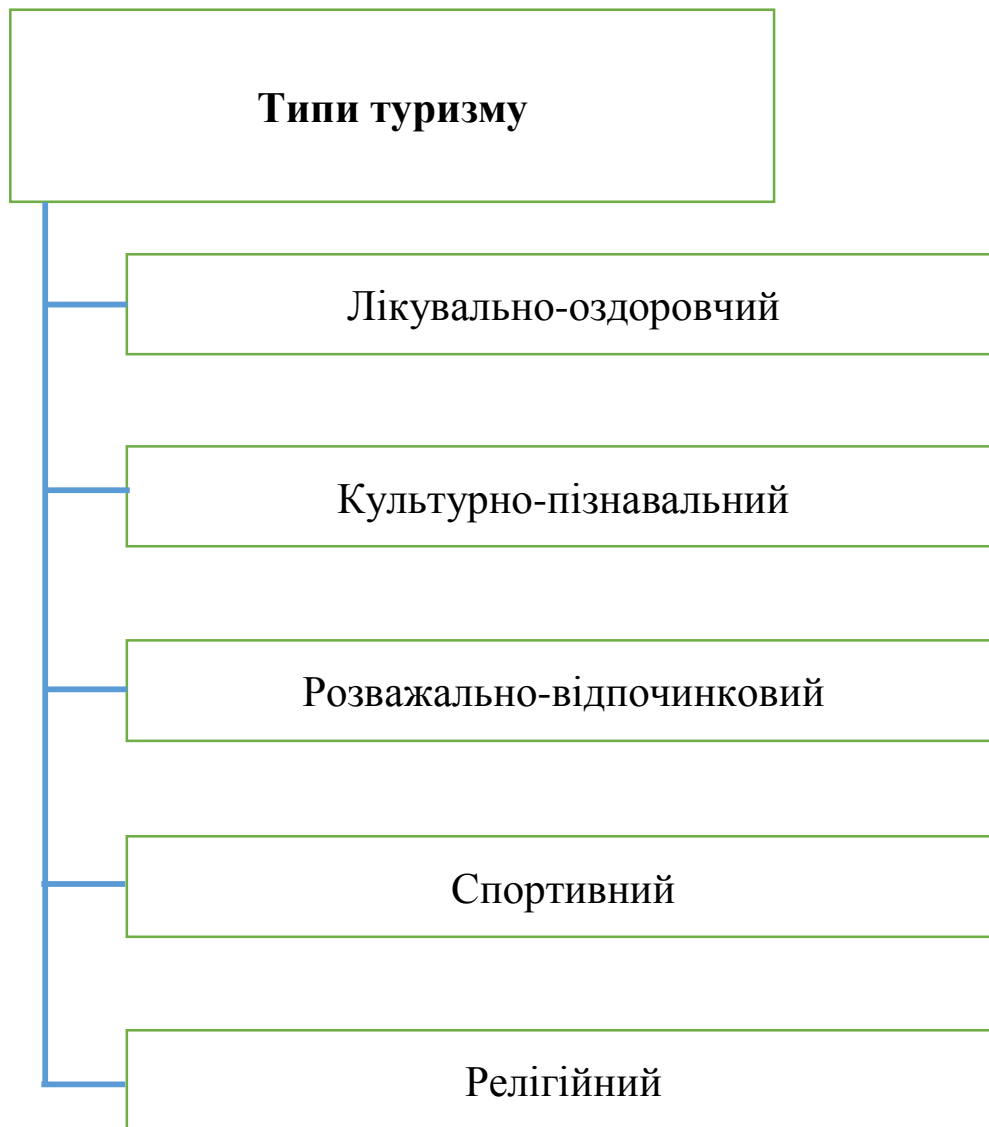
організований вид туризму, включає у себе різноманітні види туризму, котрі розробляють та реалізують організатори туристичних турів.

**Таблиця 1.1. - Класифікація та характеристика туризму у залежності від мети подорожей**

Тип туризму	Характеристика туризму
Рекреаційний тип туризму	Туризм задля відпочинку й оздоровлення. Переважно має риси сезонності. Характерною рисою є довготривале перебування споживача туристичних послуг на одному і тому ж самому місці, в основному - спеціалізованому курорті. Вказаний вид теж має власні підвиди.
Діловий тип туризму	Подорожі з професійною метою, зокрема - на виставки або спеціалізовані виїзні зустрічі, ключовою вимогою стає відсутність робочих місць у місці куди планується подорож.
Релігійний тип туризму	Подорожі до релігійних місць та релігійних центрів, котрі знаходяться поза межами звичайних місць проживання споживачів туристичних послуг, із пізнавальною метою чи метою духовного збагачення туриста.
Екологічний тип туризму	Один із найбільш сучасних видів туризму, котрий набув популяризації завдяки підняттю питання відносно екології й зануренню в урбаністичний світ. Ключовою метою стає відпочинок і пізнання туристом нових місць у природньому середовищі, такими вважаються заповідники, ландшафтні природні парки та заказники.
Спортивний тип туризму	Метою цього виду туризму є поїздки задля підвищення фізичних функцій організму й лікування здоров'я за їхньою допомогою. Має чіткий набір природніх перешкод та закріплюється маршрутом по якому здійснюються спортивні подорожі, зокрема - у гірській місцевості.
Подієвий тип туризму	Є відносно різноманітним, основною метою є відвідання різноманітних цікавих заходів й набуття незабутніх вражень і емоційне задоволення. Є, переважно, несезонним та недовготривалим.
Освітній тип туризму	Подорож за межі держави задля навчання, як на короткостроковий так і на довгостроковий період часу, основою вважається набуття досвіду чи підвищення рівня кваліфікації, турист може здійснювати навчання у місцях перебування впродовж подорожей.

Таким чином, порівнявши основні види туризму, подані у таблиці, можемо дійти висновку, що кожен із них має власні відмінності, котрі є

логічними, адже саме завдяки цим відмінностям й було поділено галузь туризму на типи, котрі у свою чергу мають власні підвиди (рис.1.3).



**Рис.1.3. Ключові типи туризму згідно мети подорожі**

Типи туризму визначають згідно:

1. способу пересування. Виділяють: авіаційний, пішохідний, залізничний, автомобільний, велосипедний, автобусний, комбінований і водний типи туризму.

2. інтенсивності туристичного потоку. Вказаний туризм поділяють на сезонний та позасезонний.

3. тривалості подорожі. Виділяють короткотерміновий (до 1 тижня) та довготерміновий туризм.

4. мети подорожей.

5. вікової ознаки. Виділяють п'ять типів: мандрівки із батьками (діти, віком до 15 років); молодіжний туризм (віком до 24 років); молодіжний економічно активний туризм (віком від 25 до 45 років); туризм осіб середнього віку, туризм економічно активних людей (46 - 64 років); так званих туристів третього віку (тобто, старших 65 років) (рис.1.4).



**Рис. 1.4. Класифікація видів туризму**

У ЗУ “Про туризм” подано наступну класифікацію видів туризму:

1. дитячого; молодіжного; сімейного типу;
2. для осіб старшого віку, інвалідів;
3. культурно-пізнавального; лікувально-оздоровчого; спортивного



типу;

4. релігійного типу;
5. екологічного типу [7].

При допомозі туризму можна вдовольнити різноманітні потреби, котрі визначають основи людської поведінки. Становлення туристичних потреб визначають системою соціальних і економічних чинників.

Оскільки туристична діяльність є багатограним процесом, на розвиток котрого впливає значна кількість різнорідних чинників, врахування їх усіх вимагає конкретизації та систематизації окремих видів туризму. З цією метою їх зводять в класифікацію. Таким чином, опираючись на потреби сучасної людини, нами виявлено як при допомозі різноманітних типів туризму можна їх реалізувати.

Осягнувши потреби, котрі можливо задовольнити при допомозі туризму, стає можливим визначення мотивів, котрі спонукають потенційних туристів до вибору місць подорожей, а отже, й певних виду туризму. Окрім відпочинку й відновлення працездатності, при допомозі лікувально-оздоровчого, культурно-пізнавального, розважально-відпочинкового, спортивного та релігійного туризму, можна вдовольнити соціальні потреби сучасної людини, потреби у самореалізації, причетності до спортивно-масових подій, культурних й національних традицій різноманітних народів, потребах у мандрівках, лікуванні, розвагах, паломництві й пізнанні навколишнього світу тощо [5].

### **1.3. Інноваційні види туризму та їхня роль у сучасному туризмі.**

Процес глобалізації є надзвичайно динамічним, спричиняючи виникнення нових технологій, формування нових механізмів щодо покращення рівня життя. Тенденція до розвитку туризму в епоху глобалізаційних змін спричинена розвитком та поширенням інформаційного простору, переходом у світ інтернет-простору й штучного інтелекту. Як простір технологій, так і простір туристичної галузі не є

статичним, тож вплив комплексу мікро- та макрочинників стимулюють його до створення нових продуктів. Завдяки набуттю масштабності й виникненню нових технологій виникають інноваційні напрямки туризму. Саме тому розглянемо саме визначення інноваційних видів туризму, та його трактування деякими науковцями.

Задля більш об'ємного розкриття тематики й поняття інноваційного туризму варто у першу чергу розглянути саме визначення "інновація" зокрема, яке його підгрунтя. Необхідно порівняти й проаналізувати характеристику терміну "інновація", подану різними дослідниками й науковцями.

Так, В.С. Новіков визначає інновацію, як новий товар, нове явище або дію на ринку, котра має за мету залучити споживачів, задовольнити їх та у той же час принести прибуток підприємцю [15].

Йозеф Шумпетер вважає, що поняття інновації полягає у істотній зміні функції виробленого, котра полягає у новому поєднанні й комерціалізації усіх нових комбінацій, що засновані на застосуванні нових матеріалів й компонентів, упровадженні новітніх процесів, виході на нові ринки, впровадження новітніх організаційних форм [5].

Згідно Закону України "Про інноваційну діяльність" прийнятого 4 липня 2002 р., інновації є новоствореними (застосованими) та (чи) вдосконаленими конкурентоздатними технологіями, продукцією чи послугами, а також організаційно-технічними рішеннями, що мають виробничий, адміністративний, комерційний чи інший характер, при цьому істотно покращуючи структуру й якість виробництва та (або) соціальну сферу [17].

О. Давидовою інновація описується у якості результату впровадження новинки в туристичній індустрії із одночасним підвищенням її ефективності і отримання, у першу чергу, комерційного ефекту, котрий має забезпечити стає функціонування і розвиток галузі [5].

Згідно бачення Н. Семенченко інновацією є комплекс системних

заходів, котрі мають якісну новизну, яка призводить до низки позитивних зрушень та також забезпечує функціонування й розвиток галузі в межах певного регіону [20].

Визначення терміну інновація С. Мельниченко подається, як розроблення та впровадження у діяльність нововведень, котрі дозволяють одержати користь у вигляді економічного чи соціального ефекту й низки інших позитивних результатів діяльності.

Здійснивши аналіз і співставлення двох термінів "туризм" й "інновація" нами одержано узагальнене визначення терміну інноваційного туризму. Таким чином, згідно нашого бачення, інноваційний туризм є нововведенням шляхом еволюції світу й сфери туризму, у основі котрих полягає подорож, котра триває понад 24 годин та здійснюється поза межами звичних місць перебування особи, включаючи у себе різноманіття поставлених цілей, при цьому виключаючи ведення оплачуваної діяльності в місцях перебування туриста.

Інноваційні види туризму відіграють провідну роль у функціонуванні туристичної галузі. Задля того, щоб утримувати й розвивати частку на ринку, фахівці галузі туризму потребують сталого впровадження інноваційних продуктів та послуг.

Зазвичай саме напрямок новітніх технологій диктує правила для формування продукту. Сучасні споживачі характеризуються перебірливістю, маючи значний вибір як туристичних операторів, так й туристичних послуг, саме тому корпораціям завжди необхідно розробляти такі товари, котрі не будуть схожими на інших.

Інновації, їхнє залучення і використання у сучасному світі відіграє важливу роль у діяльності туристичних підприємств.

Потреби у інноваціях на підприємствах сфери туризму визначаються наступними особливостями сфери:

1. швидке моральне старіння, триваюче скорочення життєвого циклу туристичних послуг;

2. потреба у сталій модифікації й розширенні асортиментного ряду;
3. інтерактивний зміст туроперейтингу й процесу формування туристичного продукту;
4. високі вимоги до якості та вартості комунікаційних систем, як ключового інструменту туристичного бізнесу.

Виявлено зростаючий вплив інновацій на структуру і рівень конкурентоздатності туристичного продукту та кон'юнктуру ринку і наявність прямої залежності поміж рівнем інноваційного розвитку та рівнем монополізації у туристичній галузі. В нашій державі потреба у залученні інновацій в межах туристичних підприємств визначається наступними чинниками:

1. потреба у модернізації матеріально-технічної бази галузі;
2. необхідність підвищення ефективності управління сферою туризму;
3. необхідність упровадження сучасних методик розвитку й новітньої техніки й технологій у туристичному обслуговуванні;
4. потребою у інтенсифікації процесу туроперейтингу й оновлення номенклатури усіх видів туризму [2].

Інноваційний туризм і його різновиди посідають ключове місце в розвитку сучасної сфери туризму. Інновації у туризмі можна розділити на декілька сегментів. Інновації у туризмі О.Є. Гарбер класифікує згідно наступних ознак (рис.1.5):

1. Продуктові інновації, у тому числі:
  - 1.1. Формування нових туристичних продуктів;
  - 1.2. Освоєння нових сегментів ринку, котрі виникли та розвиваються у період пандемії COVID-19;
  - 1.3. Освоєння та формування нових туристичних територій з метою розширення пропозицій туристичних послуг для сучасних споживачів;
  - 1.4. Залучення інновацій до процесів формування й розробки туристичних послуг.



**Рис.1.5. Класифікація інновацій у сфері туризму**

2. Управлінські інновації, у тому числі:

2.1. Інноваційні методи здійснення маркетингового циклу у туризмі;

2.2. Формування й залучення інноваційних методик управління у

межах галузі туризму.

### 3. Інновації у сфері сервісу:

3.1. Впровадження і застосування новітніх практик навчання персоналу сфери туризму;

3.2. Розробка інноваційних рішень відносно розвитку трудових ресурсів сфери туризму;

3.3. Впровадження і розвиток локальних моделей туристичного обслуговування опираючись на особливості поведінки споживачів певних регіонів.

### 4. Технічні інновації:

4.1. Впровадження комп'ютерних технологій у всі процеси роботи підприємств сфери туризму;

4.2. Розробка новітніх видів матеріально-технічного забезпечення сфери туристичного обслуговування;

4.3. Підвищення якості послуг при допомозі інновацій;

4.4. Впровадження нововведень у різних супутніх елементах складових туристичної сфери;

4.5. Модернізації та екологізація технологій обслуговування.

Наведені сегменти разом стимулюють перехід до інноваційної моделі економіки у сфері туризму, а також демонструють які саме нововведення й інновації є залученими у певні сегменти туризму.

Усі туристичні оператори й підприємства застосовують у роботі й формуванні туристичних продуктів низку інноваційних рішень, формуючи завдяки інноваційним видам різноманіття пропозицій. У цей же час, присутність пропозицій у сфері інноваційних видів туризму надає компаніям низку пріоритетів поміж конкуруючих фірм, підвищує місце й затребуваність на ринках продажу. Одним із прикладів новітніх видів туризму, котрі набувають усе ширшої популяризації поміж споживачів туристичних послуг у державах ЄС вважаються:

1. Сфера віртуального туризму, повсюдне залучення у роботу роботів

та чат-ботів. Подорож при допомозі окулярів VR реальності. Яскравим прикладом є один із найпопулярніших туристичних додатків Navitaire, котрий дозволяє користувачам дистанційно вивчати туристичні місця й одразу бронювати найбільш привабливі подорожі. Представникам Тревел-індустрії варто серйозно задуматись щодо використання VR у глобальному масштабі. Віртуальна реальність може здатна використовуватись у системі розваг на час польотів, таким чином надаючи подорожуючим ще одну додаткову опцію на борту авіалайнера. Найбільш відомі світові авіаційні компанії, зокрема - Iberia, Singapore Airlines та SunExpress у даний час успішно тестують вказану технологію, пропонуючи пасажиром застосовувати гарнітуру задля перегляду 3D-кліпів чи гри у відео-ігри на висоті понад 10 000 метрів.

Екстремальні види туризму та інноваційні підходи у їх застосуванні. Прикладом є маунтінбайкінг, тобто - спуск із гірських вершин стежками на велосипедах. Наведений вид екстремального сільського туризму стає усе популярнішим, незважаючи на потребу у дорогому обладнанні.

Гастрономічний туризм. Даний вид туризму є найбільш популярним у державах Європейського Союзу, проте не зважаючи на його відносну відомість, залучення сучасних технологій та розширення межі можливостей, різноманіття місць й перфомансів надають змогу залучати у даний вид туризму інноваційні рішення, усе більше його модифікуючи та розширюючи горизонти.

Екологічний (зелений) туризм. Наочним прикладом став полярний у світі арктичний та антарктичний туризм - подорожі на Північний та Південний полюси, котрі з'явилися відносно нещодавно. Проте Фінляндія та Швеція вже пропонують туристам відвідати власні полярні станції у Антарктиді. Ці тури є цікавими завдяки екстремальним кліматичним умовам та можливостям спостереження за дикими тваринами у їх природному середовищі. Важливим є те, що Північний та Південний полюси у даний момент залишаються найбільш екологічно чистими

заповідниками планети. Окрім цього, двічі на рік туристи мають можливість подорожувати на дрейфуючій крижині а також пройти крізь усі часові пояси планети.

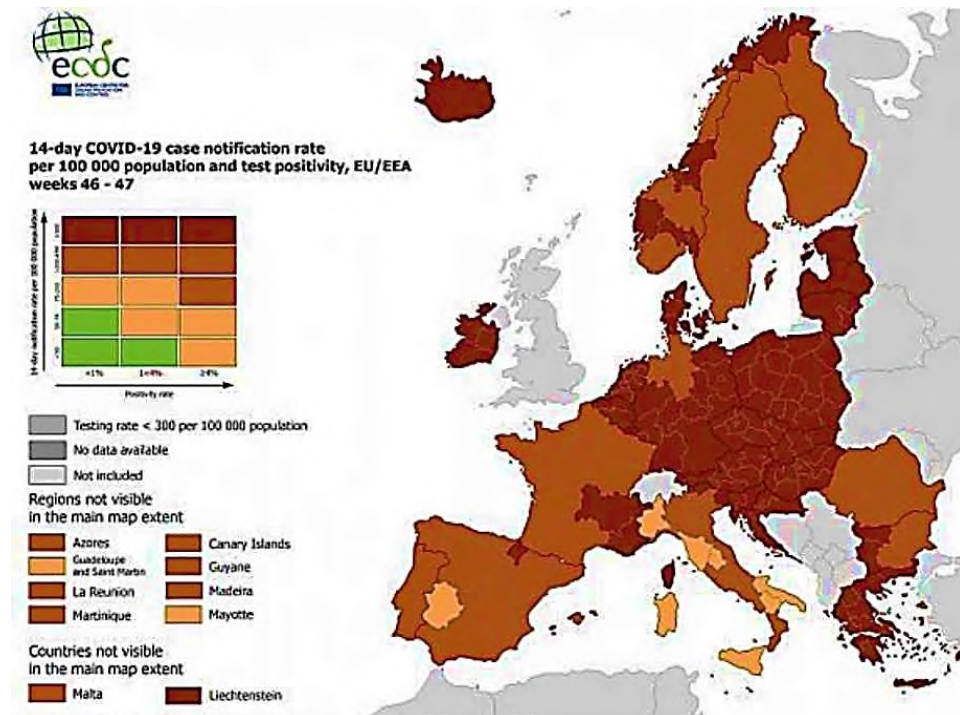
Таким, чином існує безліч типів інноваційного туризму, завдяки котрим туристична галузь не є статичною, а йде у ногу із часом і науковим прогресом. При допомозі інновацій туристичні компанії чи підприємства забезпечують собі вагоме місце на ринках реалізації туристичних продуктів, стають більш конкурентоспроможними і значно збільшують спектр пропозицій, таким чином полегшуючи собі сам алгоритм розробки, створення і розповсюдження туристичних послуг.



## РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ДЕРЖАВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.

### 2.1. Функціонування галузі туризму у державах Європейського Союзу у період пандемії COVID-19.

Поширення захворюваності на COVID-19 у світі розпочалось ще у листопаді 2019 року, й набуло масштабності з початком лютого 2020 року, дійшовши до держав Європи. З цього часу чисельність та географія захворюваності людей зростала усе більш динамічними темпами. Жодна із держав не була достатньо готовою до настільки швидкого розвитку події, внаслідок чого під впливом пандемії постраждали низка галузей економіки, однією із котрих стала галузь туризму. Аномальну область розповсюдження й рівень загрози для держав Європейського Союзу продемонстровано на карті розповсюдження пандемії коронавірусу, на котрій червоним кольором позначено держави із критичним, станом на весну 2022 року, становищем захворюваності на COVID-19, а коричневим - ті, котрі перебували на межі переходу в критичний стан (рис. 2.1.).

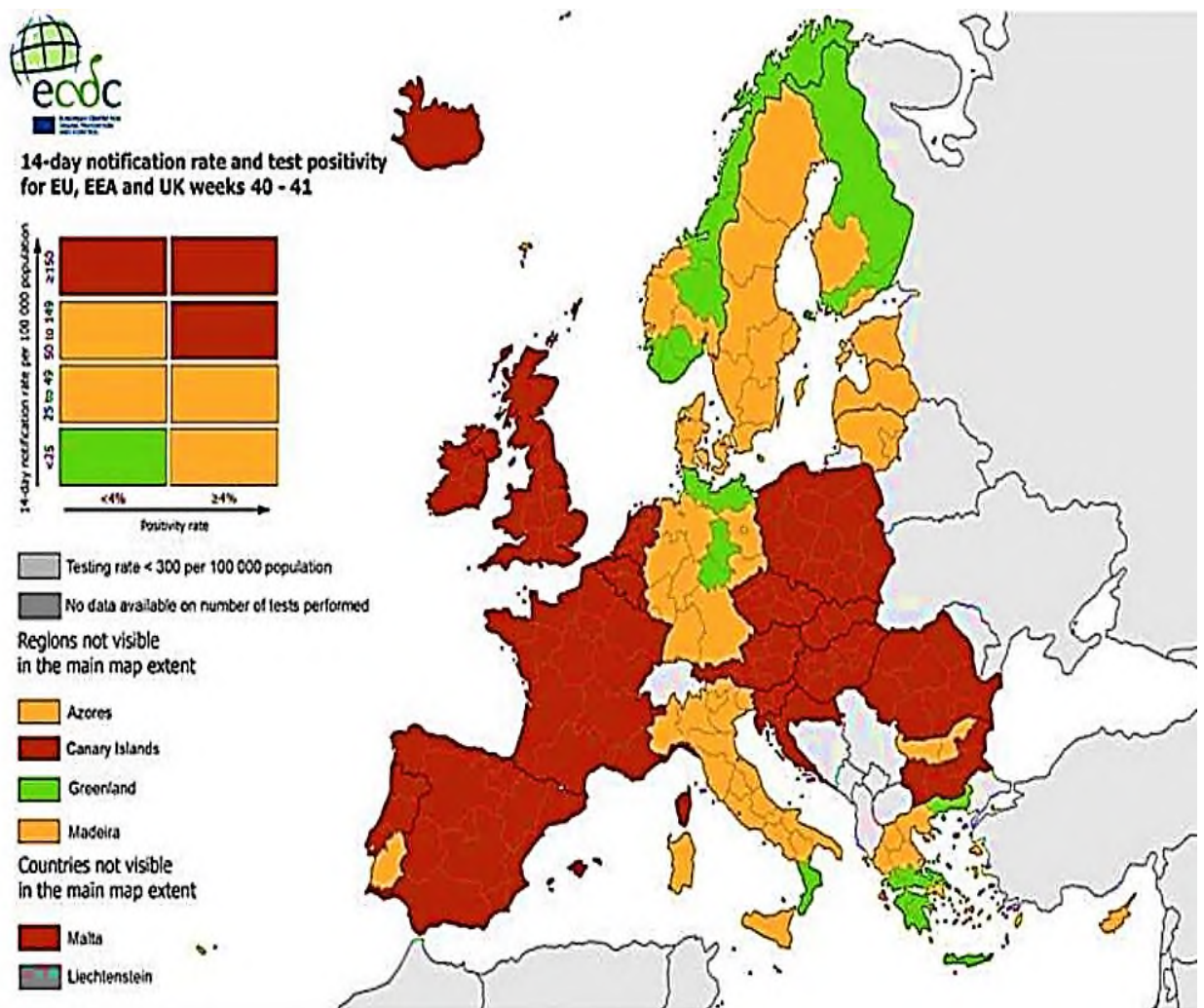


**Рис.2.1. Карта поширення пандемії COVID-19 у державах Європейського Союзу станом на початок квітня 2022 року\***

\* Джерело: сформовано на основі [23]

Непідготовленість держав і відсутність чіткого плану дій мали наслідком падіння усіх показників функціонування економіки у державах Європи. Найбільш постраждали ті країни, у котрих туризм складав значну частку ВВП. Станом на квітень 2022 року переважна більшість держав ЄС перебувала в червоній зоні небезпеки, котра пов'язана із розповсюдженням пандемії.

Задля порівняння, на мапі, котру було опубліковано у перший рік пандемії (станом на початок листопада 2020 року) на основі офіційних статистик держав ЄС, більшість держав перебували в більш безпечному становищі й окремі навіть знаходились в зеленій зоні, котра є, згідно даних статистичного бюро Eurostat, найбезпечнішою, що відсутнє на карті 2022 року (рис.2.2).



**Рис.2.2. Карта поширення пандемії у державах Європейського Союзу станом на початок листопада 2020 року\***

\* Джерело: сформовано на основі [6]

Історично, туризм є вагомим інструментарієм розвитку держав, що покращує співпрацю у культурній та інфраструктурній сфері, формує транспортні та соціальні зв'язки, підвищує цілий спектр економічних показників найбільш відвідуваних із туристичною метою місць, сприяє відкриттю і забудові міст задля більшої зручності й розміщення подорожуючих, що зумовлює зростання робочих місць і розвиток туристичних регіонів уцілому. Основою функціонування туристичної сфери як й економіки загалом, лежить комплекс соціальних комунікацій, за рахунок якого формується увесь ланцюг взаємозв'язків й інноваційних підходів.

З початком поширення пандемії сфера туризму зазнала катастрофічних втрат, що спричинено закриттям кордонів, відміною чи перенесенням більшості щорічних подій і фестивалів. Закриття цілих держав на карантин сприяло замороженню сфери туризму на значний проміжок часу, внаслідок чого більшість фірм понесли значних втрат, опинившись у кризовому становищі, а більшість малих туристичних підприємств зачинилась.

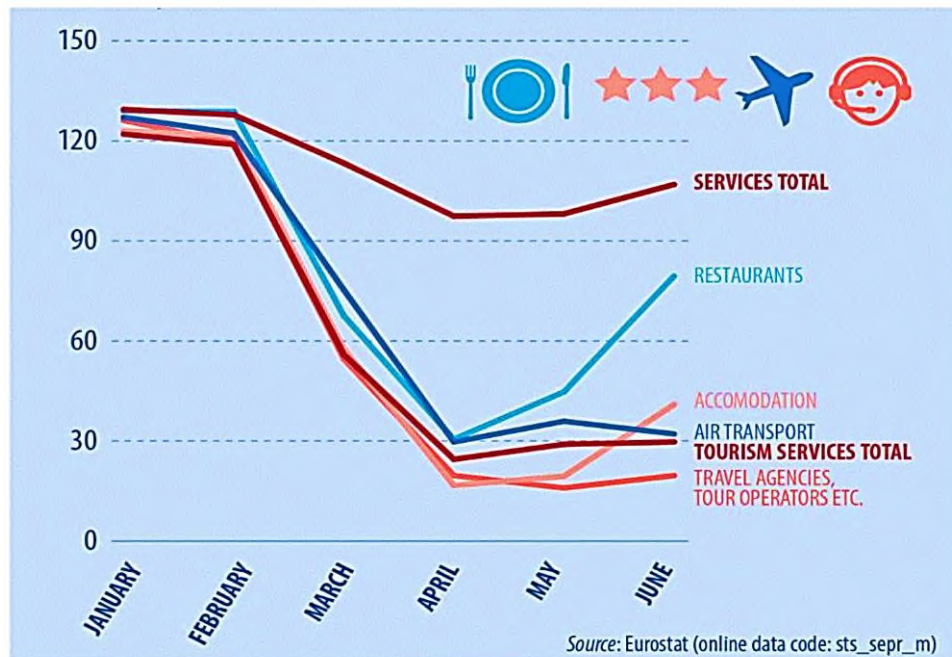
Також значно постраждала сфера обслуговування, чому сприяло закриття ресторанів і готелів внаслідок відміни або значного скорочення туристичних потоків в туристичний сезон. Внаслідок закриття більшості транспортних шляхів і внутрішніх перевезень, скорочення окремих маршрутів на значний проміжок часу обсяг виручки більшості готелів ЄС становив 15-20% докризового рівня,

Згідно оцінок експертів, протягом першого півріччя пандемії туристичний потік в Європейському Союзі знизився на понад 68%, внаслідок чого, у результаті COVID-19, туристичний сектор втратив понад 1 млрд. євро прибутків. Більшість збитків припало на популярні туристичні держави: Францію, Іспанію, Італію, Грецію, Португалію, Мальту а також Кіпр [24].

Аналіз показників за період квітня - травня 2020 року демонструє

обсяг втрат туристичного сектору Європейського Союзу внаслідок пандемії. Так, найбільших збитків зазнала сфера туризму Італії (-96%), Хорватії (-86%), Кіпру (-78%) і Франції (-70%). Туристичні підприємства Іспанії (-51%), Румунії і Словенії (-56% кожна) змогли частково адаптуватись до загроз, проте також відчували значний вплив пандемії COVID-19 [25].

Сумарно, протягом квітня-травня 2020 року (перших місяців пандемії) затрати на туризм в Європі скоротились на 68,4% у порівнянні із аналогічним періодом 2019 року. У розрізі туристичних ланок, котрих торкнулись затрати переважають авіа подорожі, заклади харчування, туристичне обслуговування та інші суміжні сфери. (рис.2.3). Станом на червень 2020 р. обсяг усього сектору послуг у державах Євросоюзу скоротився на 16,5%, у той же час як сектор саме туристичних послуг скоротився на 75,2%. Найбільш динамічне падіння діяльності спостерігалось у туристичних агенцій і туристичних операторів (-83,6%), авіаційному сполученні (-75,8%), тимчасовому розміщенні подорожуючих (-66,4%) і ресторанному бізнесі (-39,4%) [35].



**Рис.2.3. Показники функціонування сфери туризму у першому півріччі 2020 року\***

\*Джерело: сформовано на основі [35]

Проте, переживши початковий шок, світова сфера туризму зуміла адаптуватись до нових умов функціонування. Так, згідно даних UNWTO, у порівнянні із 2020 роком в 2021 році сфера надання туристичних послуг збільшила обсяг виручки на понад 5% (рис.2.4). Однак, на нашу думку, ці дані швидше свідчать про значне падіння сфери у 2020 році, оскільки у 2021 році, незважаючи на усі урядові заходи, сумарна кількість туристів у державах ЄС досягла лише 28% від показника доковідного періоду [34].



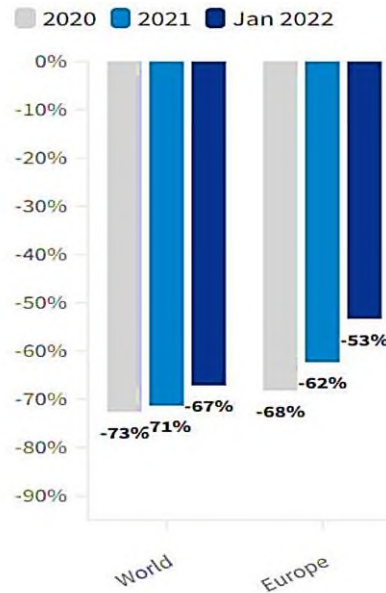
**Рис.2.4. Карта динаміки кількості міжнародних туристичних трансакцій за 2021 рік у порівнянні із 2019-2020 роками\***

\*Джерело: сформовано на основі [34]

Задля кращого розуміння обсягу падіння кількості міжнародних туристичних прибуттів нами сформовано гістограму, у межах котрої здійснено порівняння показників як у часовому (2019-2021 рр.), так і у географічному розрізі (у рамках Європейського Союзу та світу) (рис.2.5).

Настільки значний відсоток падіння зумовлений тим, що у зв'язку із стрімким поширенням пандемії, урядами держав запроваджено карантин без жодних попереджувальних заходів та за відсутності жодних компенсаційних механізмів. Запровадження карантину містило значну кількість вимог, серед котрих - заборону скупчення людей ( на час найбільш жорстокого локдауну урядами заборонений вихід на вулицю, поза межі

власного помешкання, заборонене пересування у межах держави, практично нереальним став виїзд за межі країн. Це спричинило ефект ланцюгової реакції, оскільки основу усіх сфер економіки формують люди, тож відсутність їх економічної активності й спричинила обвал усіх сфер економіки, у тому числі - й туризму.



**Рис.2.5. Аналіз динаміки доходів сфери міжнародного туризму (у порівнянні із 2019 р.)\***

\*Джерело: сформовано на основі [35]

На початку карантинних заходів, пов'язані із COVID-19 тотальні обмеження на пересування та поїздки стали характерними для більшості держав світу. Станом на 1 червня 2020 р. понад 160 державних урядів повністю або частково закрили власні кордони для подорожей з метою міжнародного туризму, що спричинило зниження відсотку переміщень і частки доходів найбільш залежних від показників в'їзного і внутрішнього туризму галузей [29].

Здійснення туризму у державах Європейського Союзу є значно полегшеним із точки зору перетину кордону. На території ЄС функціонує єдина система шенгенської зони, котра полегшує та дозволяє здійснювати подорожі по низці держав одночасно при умові наявності діючої шенгенської візи, що є значною конкурентною перевагою для туристичного

сектору держав Євросоюзу відносно інших держав світу.

Туристична галузь Європейського Союзу завжди була однією із найуспішніших, що базувалось на наступних елементах її ресурсного потенціалу:

1. Понад 2,4 мільйони підприємницьких структур, понад 90% із котрих підпадає під критерії МСП;
2. Майже 13% спільного ринку праці Європейського Союзу;
3. У галузі працевлаштовано понад 23 мільйони жителів ЄС;
4. Понад третина працівників галузі туризму є молодшими 35 років.
5. Високий рівень фінансової спроможності населення. Понад 270 мільйонів жителів Європейського Союзу (майже 60% населення) здійснюють щорічно щонайменше одну закордонну поїздку із метою відпочинку, а понад 78% європейців здійснюють відпустку у власній державі чи іншій державі ЄС [33].

Як зазначалось, стрімке поширення пандемії COVID-19 у межах усієї планети найбільш відчутно вдарило по міжнародній індустрії туризму. У зв'язку із пандемією коронавірусу сумарний потік туристів в світі знизився на понад 65%.

Протягом перших восьми місяців 2020 року загальна кількість міжнародних поїздок знизилася на майже 70%, що призвело до зниження доходів міжнародного туризму на 730 млрд доларів та скорочення понад 140 мільйонів робочих місць, переважно державах “третього світу”. Незважаючи на певну стабілізацію ситуації у 2022 році, ризики галузі надалі зберігаються. Експертну оцінку рівня загроз втрати робочих місць у межах Європейського Союзу за 2022 рік подано на карті, при формуванні котрої зростання рівня ризику відображено зміною зеленого кольору (незначний рівень) на червоний (критичний рівень) (рис.2.6).

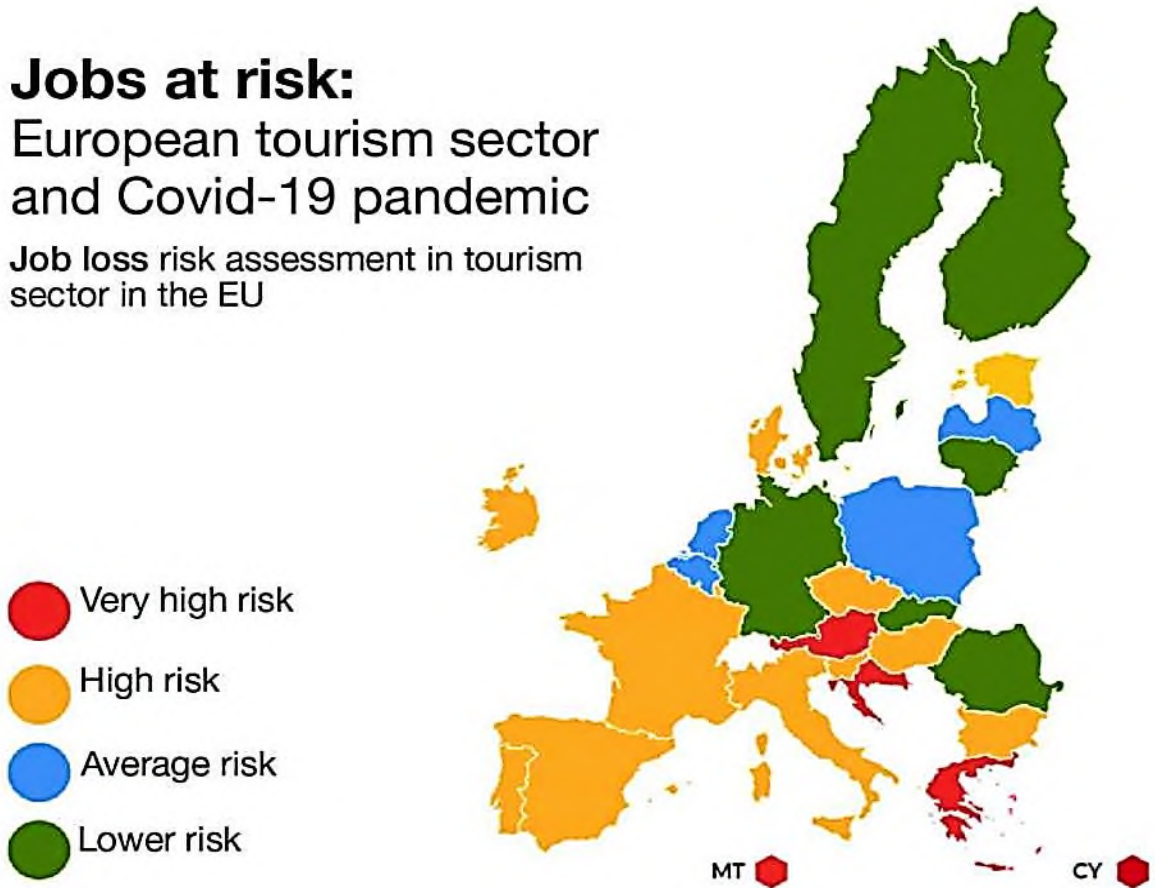
Протягом “докоронавірусного” 2019 року глобальною індустрією туризму прямо чи опосередковано забезпечувалось майже півмільярда робочих місць, що становило понад 12,9% від світового рівня зайнятості.

Кожен восьмий працівник у світі працював у туристичному секторі [14].

Тривалі обмежувальні заходи, спричинені пандемією позначились на зниженні економічної активності, що спричинило значне скорочення робочого сектору і робочого часу на структурах туризму.

## Jobs at risk: European tourism sector and Covid-19 pandemic

Job loss risk assessment in tourism  
sector in the EU



**Рис.2.6. Карта ризику втрати роботи в туристичній сфері через пандемію в країнах Європи за 2022 рік\***

\*Джерело: сформовано на основі [27]

З метою підтримки сектору туризму низка держав впровадила місцеві програми підтримки бізнесу, формуючи значні фонди підтримки секторів, котрі найбільш значно постраждали від наслідків пандемії.

Світова практика демонструє, що на час кризових ситуацій підприємницькі структури мають ґрунтовно змінити річні фінансові плани (або формувати нові) з метою відновлення роботи, виходу із кризового положення чи задля післякризової реконструкції.

У випадку із пандемією COVID-19, вихід із кризового положення і заходи відносно зниження збитків було сформовано та запроваджено на



державному рівні в усіх країнах членах Європейського Союзу.

Розглядаючи у загальноекономічному контексті, варто зазначити, що поширення пандемії COVID-19, а також впровадження обмежувальних заходів урядами більшості країн, котрі призвели до часткового чи повного блокування низки галузей економіки задля стримування пандемії, справили негативний вплив на загальноекономічну ситуацію більшості економік держав Європи. Скорочення обсягу виробництва і споживання у державах, котрі особливо постраждали від наслідків пандемії стало настільки критичним, що спричинило значний економічний спад. Аналіз статистичної інформації Офіційного бюро статистики Європейського Союзу (Eurostat) демонструє значний рівень падіння глобальних виробничих потужностей починаючи із другого кварталу 2020 року із врахуванням помітного зниження числа інвестицій у основний капітал протягом досліджуваного періоду [35].

Цьому, як демонструє дослідження, сприяли кардинальні обмеження соціально-економічної активності і перепони туристичного щодо руху. Одним найбільш очевидніших економічних наслідків поточної епідемії є явне падіння темпів економічного зростання, що у європейських державах, так й у решті світу. Вказане зниження особливо стосується саме тих країн, де туризм став однією із найважливіших галузей, котра визначає сукупний економічний потенціал їхніх національних економік. Узагальнивши статистичні матеріали, можемо стверджувати факт, що коронавірус спричинив глобальне економічне падіння держав Євросоюзу у межах -3,2% відсоткових пункти у 2020 році та понад 1,9 відсоткових пункти у 2021 році, незважаючи на прогнози експертів відносно протилежної тенденції. Але, варто зазначити, що вказане економічне уповільнення стало не таким негативним, як передбачали економісти на початку 2020 року, що спричинено жорсткою фіскальною та монетарною політикою.

## **2.2. Регіональні аспекти впливу пандемії коронавірусу на галузь туризму у державах Європейського Союзу.**

У рамках дипломного дослідження нами представлено оцінку впливу пандемії COVID-19 на показники функціонування галузі туризму 31 держави Європейського Союзу. За результатами дослідження нами здійснено групування досліджуваних держав у кластери, відповідно до результатів реакції туристичних секторів держав Євросоюзу на пандемію COVID-19, а саме враховувався індекс жорсткості реакції на пандемію, який впливає, як на сферу туризму, так й на економічний потенціал окремих держав загалом.

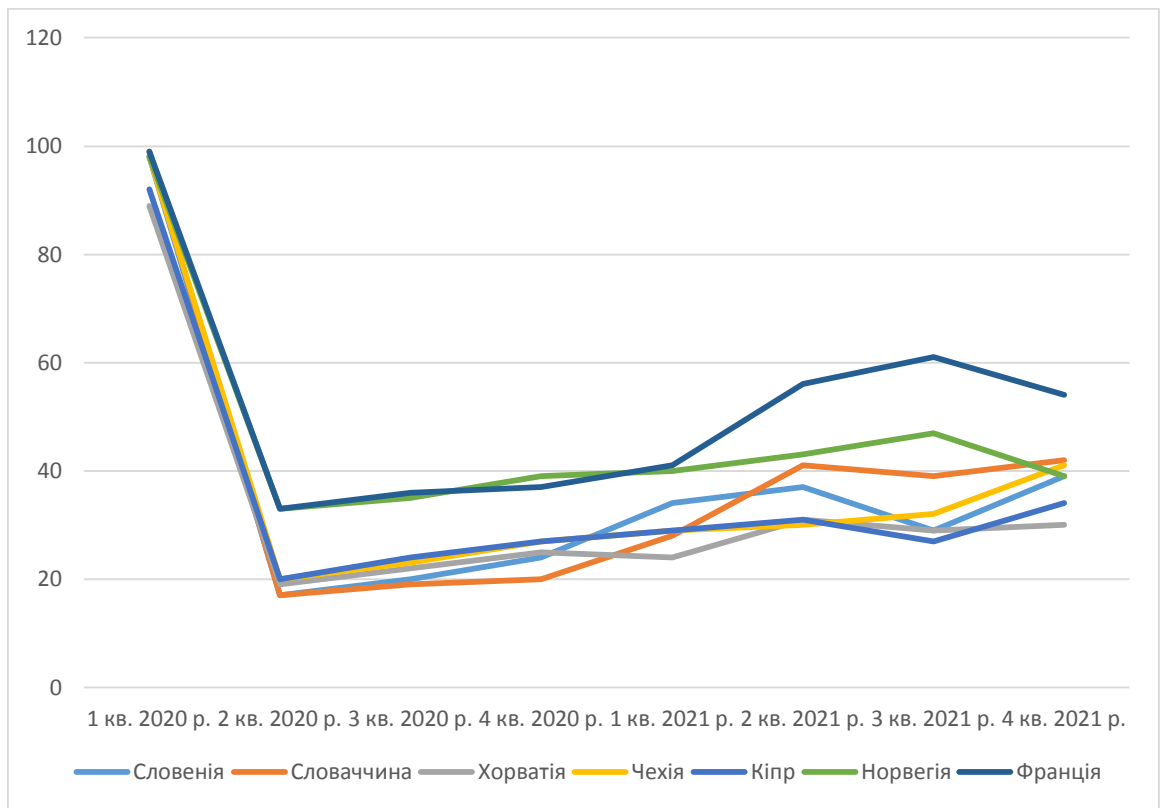
Протягом трьох досліджуваних років відбувся значний вплив пандемії COVID-19 як на економічне зростання держав Європейського Союзу загалом, так і на економічну ситуацію у туристичній галузі зокрема.

Впровадження значних обмежень на поїздки як із приватною, так й з діловою метою, а також комплекс обмежень й перешкод для логістичного руху сприяли вкрай жахливій ситуації в сфері індустрії, що мало наслідком втрату фінансової ліквідності туристичних компаній, а іноді - їхнє банкрутство [32]. Крім цього, негативні наслідки вплинули на увесь перелік секторів, пов'язаних з туризмом. Тому різке погіршення бізнес-ситуації у першу чергу характерне для держав, де туристична галузь формує велику частку ВВП. Країни із найбільш значними фінансовими втратами через обмеження щодо поїздок у пандемічних 2020-2021 роках включають Італію й Іспанію [33].

Одним із найбільш популярних видів транспорту у міжнародних туристичних подорожах традиційно є авіасполучення.

Протягом досліджуваних 2019-2021 років сумарний обсяг прибуття пасажирів авіаційним транспортом до проаналізованих європейських держав знизився на понад 42% (рис. 2.7.). Максимальний показник падіння спостерігалося у період другого кварталу 2020 року - квітень (-99%), травень (-98%) та червень (-95%). Протягом 2021 "коронавірусні"

коливання характеризувались нижчою амплітудою, зазнаючи більшої прив'язки до періодів хвиль поширення коронавірусної інфекції, у як наслідок - впровадження протиепідеміологічних заходів.



**Рис 2.7. Показник прибуття пасажирів авіаційним транспортом у обрані держави ЄС, % (відносно показника 2019 року)\*.**

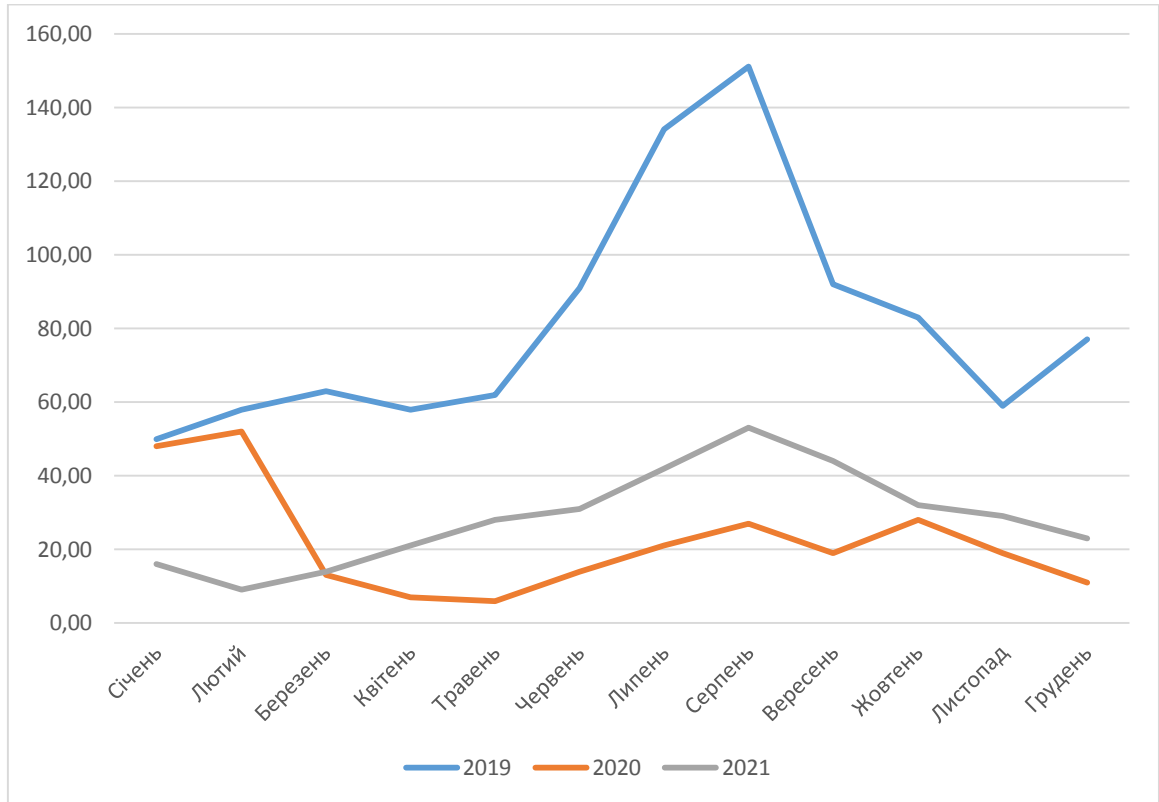
\*Джерело: сформовано на основі [12].

Найбільше падіння зафіксовано у Словенії (-83%), Республіці Словаччині (-83%), Хорватії (-81%), Республіці Чехії (80%) та Кіпрі (80%). Найнижче падіння прибуття пасажирів авіаційним транспортом характерне для Норвегії (-62%), Люксембургу (-67%), а також Франції (-67%), Болгарії (-68%) та Греції (-69%).

Унаслідок значного падіння кількості туристів, котрі прибули авіаційним транспортом і іншими типами транспорту знизилась й загальна кількість іноземних туристів, котрі відвідали держави Європейського Союзу (рис. 2.8).

Найбільші зміни зафіксовано протягом квітня (-92%), травня (-97%) і грудня у 2020 році (-81%), а також у першому кварталі 2021 року, що пов'язано із посиленням коронавірусних обмежень. Держави, котрі

зафіксували значне падіння числа іноземних туристів в 2020-2021 роках відносно 2019 року відзначились значно суворішими протиепідеміологічними заходами відносно решти континенту. Це Італія (-72%), Іспанія (-66%), Республіка Греція (-66%), Республіка Кіпр (-66%) та Мальта (-65%).



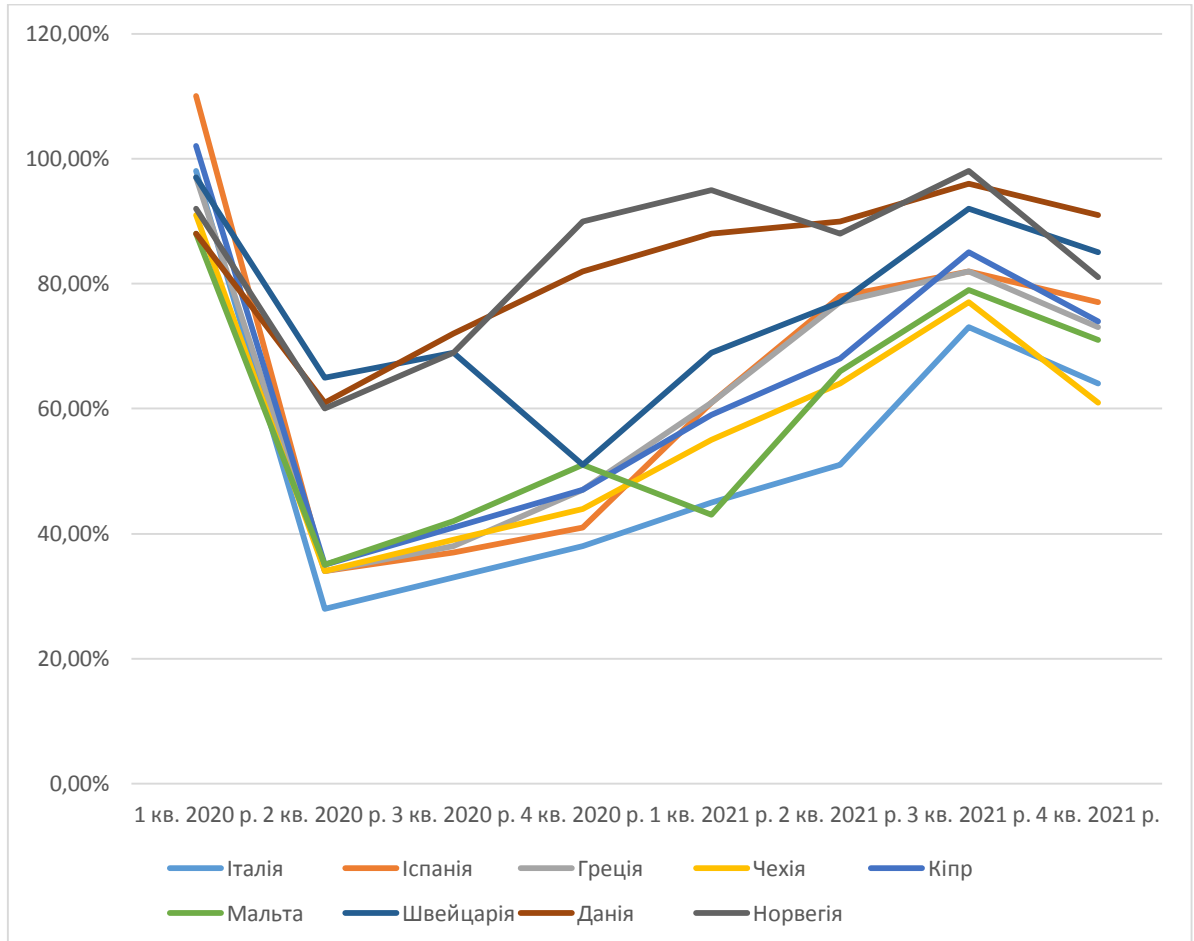
**Рис. 2.8 Обсяг прибулих іноземних туристів до закладів готельної сфери у державах Євросоюзу (млн. осіб).\***

\* Джерело: сформовано на основі [10].

Найменш динамічно скоротилася чисельність іноземних туристів на території Швейцарії (-35%), Королівства Данії (-39%), Королівства Норвегії (-40%), а також Нідерландах (-41%) та Фінляндії (-41%).

Протягом досліджуваного періоду зафіксовано значне падіння сумарного терміну перебування у закордонних туристів у закладах розміщення (готелі, мотелі, хостели) (рис. 2.9.). Як й у випадку із прибуттям повітряного транспорту і кількістю закордонних гостей, основне падіння кількості днів у закладах розміщення закордонних туристів зафіксовано протягом квітня (-78%), травня (-78%) і грудня 2020 року (-72%).

Ключове падіння чисельності проведених діб зафіксовано в Італії (-85%), Греції (-83%), Королівстві Іспанія (-81%), Франції (-80%) і Великій Британії (-79%). Із іншого боку, найменш значні зміни відбулися у наступних державах: Австрія (-34%), Люксембург (-42%), Швейцарія (-44%), Хорватія (-48%) та Нідерланди (-49%).

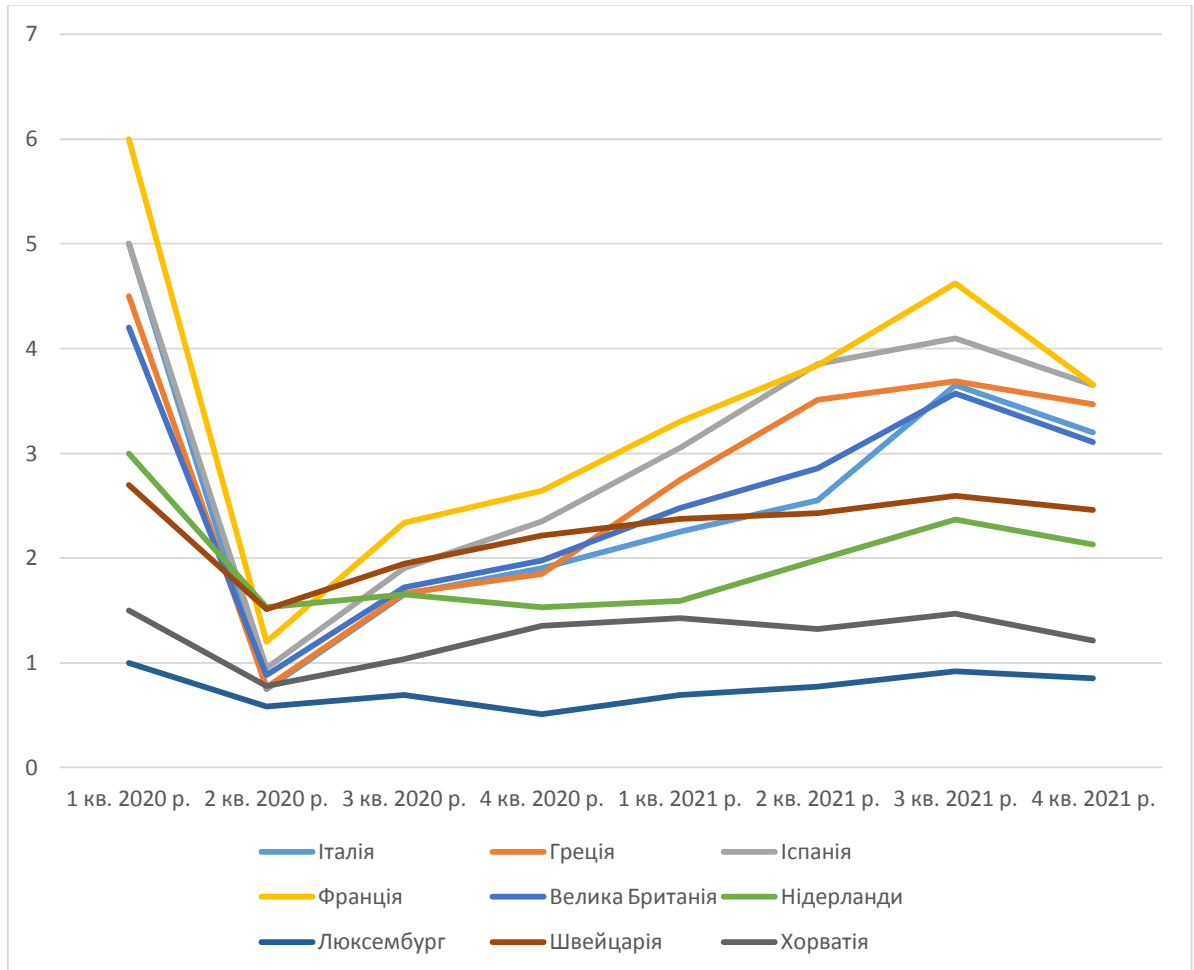


**Рис. 2.9. Динаміка чисельності іноземних туристів у розрізі держав Євросоюзу протягом 2020-2021 років (у % до 2019 року).\***

\*Джерело: сформовано на основі [33].

З метою аналізу впливу пандемії коронавірусу на галузь туризму європейських держав, а також виявлення груп із схожим впливом поширення COVID-19 на сферу туризму нами застосовано кластерний аналіз, що полягав у поділі держав на 4 кластери, у рамках котрих поєднано європейські держави із одного кластера, котрі мають схожі показники як у основному, так і у динамічному виразі. Результатом кластеризації є той факт, що територія Європейського Союзу розбивається на певну кількість кластерів, котрі складаються із окремих держав. Початковим кроком у

цьому аналізі стало визначення найбільш оптимального числа кластерів. На рисунку 2.10 подано середній силуетний індекс, котрий розраховано із використанням методу Уорда, відносно різної кількості кластерів (мінімально - 1, максимально - 6).



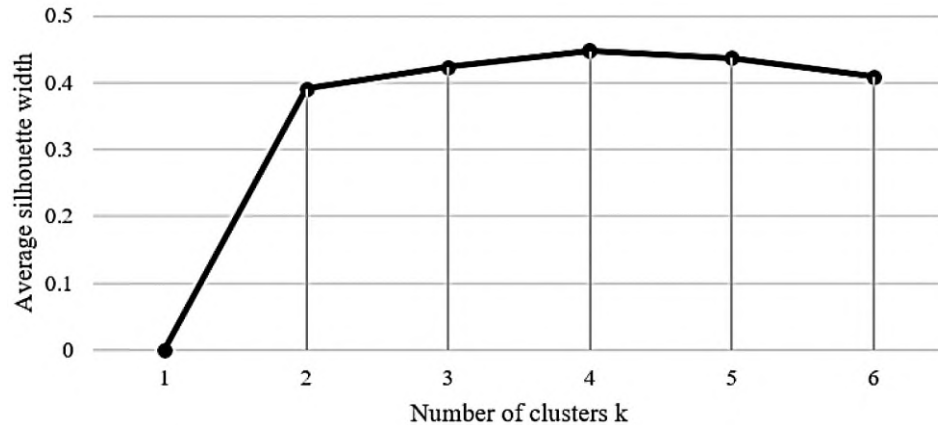
**Рис. 2.10. Кількість ночей, проведених у туристичних закладах у розрізі окремих європейських держав (млн. ночей).\***

\*Джерело: сформовано на основі [32].

За отриманими результатами визначено чотири кластери.

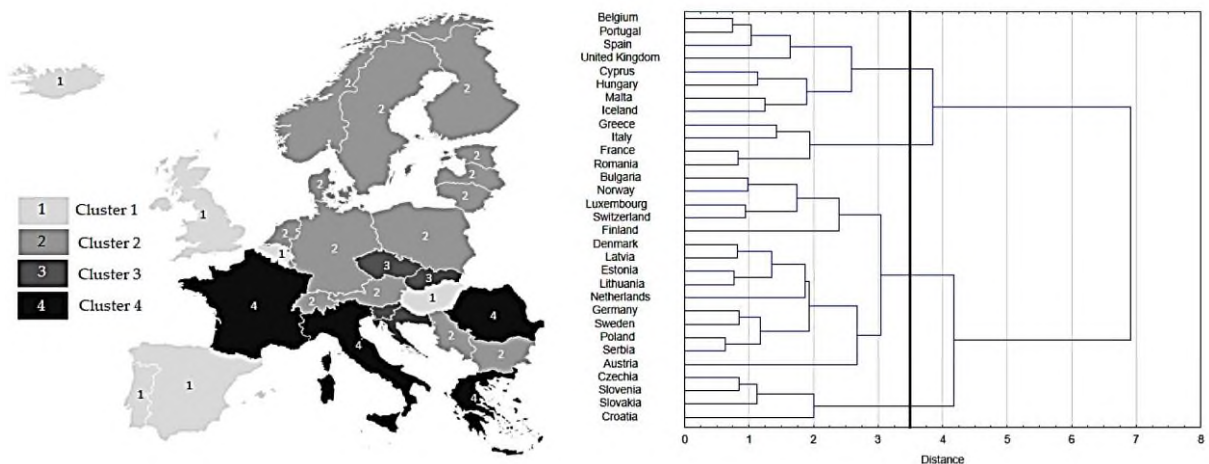
Вказане застосування методу Уорда сприяло визначенню чотирьох груп держав, що характеризуються найбільш схожими змінами щодо власних туристичних секторів, котрі відбулися у результаті співставлення ситуації в 2019-2021 роках (рис. 2.11.). Четвертий кластер сформовано із чотирьох держав: Республіки Італії, Франції, Греції а також Румунії. Держави цього кластеру виділяються найвищим середнім індексом жорсткості реакції на пандемію (зниження ключових показників

функціонування як економіки загалом, так і туристичної галузі - зокрема).



**Рис. 2.11. Аналіз оптимальної кількості кластерів для держав Європейського Союзу (згідно методу Уорда.)**

Із іншої позиції, у межах групи зафіксовано найвищу негативну динаміку зміни прибуттів авіаційним транспортом. Значення показника у цьому кластері демонструє, що сумарне число прибулих пасажирів авіаційним транспортом скоротилась на 69,19% у 2020 році та 43,71% у 2021 році. Група також характеризується найбільш кардинальною середньою зміною показника завантаженості номерів в готелях і подібних закладах розташування туристів. Середній показник падіння у даній групі становив 79,94% (рис. 2.12.). Характерним для даної групи держав також є й падіння сумарної кількості іноземних туристів, котре у середньому становило близько 24,5% від “докоронавірусного” періоду.



**Рис.2.12. Карта і дендрограма ієрархічної кластеризації для держав Європейського Союзу у 2021 році (згідно методу Уорда).**

\* Джерело: сформовано на основі [29].

Елементами другого кластеру є група із 15 держав, у числі: Австрії, Болгарії, Данії, Естонії, Фінляндії, Німеччини, Латвії, Литви, Люксембургу, Нідерландів, Норвегії, Польщі, Сербії, Швеції і Швейцарії. Для них характерний середній показник індексу жорсткості реакції економіки на пандемію й середній показник зміни сумарного числа діб перебування у закладах розміщення готельного типу туристів. При цьому показник зміни сумарного числа авіаційних перевезень був найнижчим у цьому кластері відносно інших кластерів.

Третій кластер сформовано із чотирьох держав: Республіки Хорватії, Чехії, Республіки Словаччини і Словенії. Цей кластер теж характеризується середнім показником індексу жорсткості реакції економіки на пандемію та середнім показником зміни сумарного числа діб перебування у закладах розміщення готельного типу туристів. Проте, відносно інших кластерів зафіксовано максимальне падіння показника прильотів авіаційного транспорту у державах кластеру, становивши у середньому 81,71%.

До першого кластеру входять вісім країн: Королівство Іспанія, Велика Британія, Португалія, Угорщина, Кіпр, Мальта, Ісландія, Бельгія. У цьому кластері показник середньої зміни заповнюваності номерів в готелях, мотелях, пансіонатах та хостелах, динаміка зміни кількості діб та кількості новоприбулих закордонних туристів в туристичних закладах розташування були найнижчими відносно інших кластерів. Окрім цього, ці держави характеризуються найнижчим показником падіння кількості прибулих авіаційним транспортом туристів та найнижчим індексом жорсткості реакції економіки на вплив пандемії коронавірусу.

Окрім цього, нами проаналізовано розсіювання змінних поміж показниками різних держав у межах одного кластеру. Показник стандартного відхилення демонструє, наскільки широким є відхилення змінних від показника середнього значення. Найменший рівень розсіяності змінної було зафіксовано відносно кількості прибуттів авіаційним



пасажирським транспортом. Це доводить наявність незначних відмінностей між країнами в одному кластері. Із іншого боку, найбільшим коливанням (дисперсією) характеризувався показник наповнюваності закладів розташування готельного типу. Проте варто зазначити, що і у цьому випадку показник стандартного відхилення не перевищував 8%, саме тому вважаємо, що застосування методу Уорда для групування держав у кластери відносно їх реакції на виклики пандемії коронавірусу є виправданим.

Одержані в ході дослідження чотири кластери відіграють велике значення відносно майбутнього дослідження функціонування туризму у кризові й посткризові часи пандемії коронавірусу, сприяючи розробці та впровадженню інновацій.

Кластери демонструють результати, одержані при виборі конкретних параметрів для окремих європейських держав, котрі є найбільш відвідуваними закордонними туристами. Результати дослідження демонструє, котрі саме держави є найбільш відвідуваними у час поширення коронавірусної інфекції, а котрі будуть більш відвідуваними після завершення пандемії COVID-19. Окрім цього, можна визначити, котрі держави краще справляються із економічною кризою, що викликана пандемією COVID-19. Проведені статистичні зведення варто готувати не тільки для держав Євросоюзу, а й для представників інших континентів нашої планети.

Проте, незважаючи на вагомі втрати для сфери туризму іншого боку, якщо розглядати довготермінову перспективу, пандемія здатна змінити картину світової економіки, прискоривши частковий відхід від усталених процесів глобалізації. Усе це може спричинити значні зміни у функціонуванні сфери туризму, що проявляться у:

1. підвищеному інтересі до невеликих об'єктів розміщення туристів;
2. вищому попиту на внутрішні туристичні послуги у межах однієї держави;
3. впровадженні туристичних послуг у країнах, що розташовані

близько одна відносно одної;

4. ймовірному зростанні цін на міжнародний туристичний продукт унаслідок значних економічних втрат, котрі викликані обмеженнями на туристичні подорожі і діючі обмеження [12].

Ще до спалаху пандемії COVID-19 показники глобального економічного зростання залишались помірними, проте теж дуже різноманітним. Процес економічного відновлення у розвинених європейських країнах супроводжувався падінням динаміки розвитку у низці держав із економікою, котра розвивається, у тому числі - Польщі.

Сполучені Штати Америки мали відмінну економічну ситуацію, котра проявлялась у зростанні показників зайнятості за скорочення рівня безробіття, котрі сприяли покращенню ситуації на місцевих ринках праці і зростанню показників соціального добробуту.

У євроні теж спостерігалось відновлення економічної активності, незважаючи на значні та обгрунтовані побоювання відносно стабільності процесу. Основним елементом вказаного побоювання у невизначеності результату було те, що європейська економіка значною мірою потерпала від наслідків фінансової і міграційної кризи. Поширювалися елементи бюрократії, корупції та спекуляція. Тому виникла гостра необхідність у реформуванні Європейського Союзу та прийняття стратегії відповідального розвитку.

З іншого погляду, тимчасові блокування більшості національних економік окремих держав, котрі були відповіддю на раптове поширення пандемії й викликані цим проблеми в локальних системах охорони здоров'я та вцілому у суспільстві, спричинили значне падіння індексів економічної ситуації.

Згідно даних Міжнародного валютного фонду, прогнозоване світове падіння показників зростання у 2020-2021 роках досягло -3,1%, що на 0,9% нижче попередніх прогнозів. Хоча останні показники ефективності вакцинації дають надію на стримування пандемії протягом наступних років,

послідовні хвилі і нові варіації вірусу викликають значне занепокоєння відносно перспектив [13].

Як вказано вище, криза, спричинена поширенням COVID-19, значно впливає на показники економічного росту та розвитку держав. У цьому контексті варто виділити вплив пандемії на 2 ключових аспекти повсякденного життя громадян:

1. економічний аспект епідемії, себто падіння купівельної спроможності домашніх господарств, зниження попиту на послуги приватного і ділового туризму, проблеми щодо підтримки фінансової ліквідності, масові звільнення тощо;

2. значні соціальні наслідки пандемії коронавірусу, котрі зараз гальмують не лише зростання, але й сукупний соціальний розвиток держав Європейського Союзу.

Проте, незважаючи на таку негативну ситуацію, необхідно також враховувати низку позитивних наслідків ситуації. Кризові події спонукають уряди держав та корпорації до пошуку сучасних напрямків розвитку, до підприємницької діяльності а також впровадження інновацій [14].

Вказані тенденції є характерними й для підприємців у туристичному секторі, котрі, незважаючи на значні втрати від пандемії, отримали вагомий стимул для пошуку рішень із врахуванням змін, котрі відбуваються у зовнішньому бізнес-середовищі задля сталого підвищення рівня конкурентоспроможності власних компаній та цілих регіонів держав ЄС [32].

Сучасні тенденції розвитку і впровадження роботизованих напрямків надання туристичних послуг, котрі застосовують технології штучного інтелекту, робототехніку і інші цифрові досягнення зараз набули значного прискорення, допомагаючи побороти наслідки COVID-19 для галузі туризму [30].

Низка інноваційних рішень, безсумнівно, здатні вплинути на процес відновлення туризму. Найбільш перспективними із них вважаємо:

1. програми моніторингу мобільності населення, безконтактні технології надання послуг;
2. видача та облік цифрових паспортів здоров'я і перевірки подорожуючих;
3. технології соціального дистанціювання, а також контролю натовпу.

Розвиток пандемії COVID-19 є тривожним дзвінком як для соціальної так і економічної сфери, шансом для галузі туризму та подорожуючих взяти на озброєння практику усвідомленого розвитку, ставлячись більш відповідально як до власного здоров'я, так і до здоров'я оточуючих навколишніх людей [29].

Оголошення пандемії COVID-19 11 березня 2020 року спричинило кризове положення галузі туризму у всіх державах світу. Станом на початок 2020 року держави Єврозони були світовими лідерами у галузі міжнародного туризму із майже 750 мільйонами відвідань міжнародних туристів в докризовому 2019 році, значно випереджаючи держави Північної Америки із сукупним показником понад 145 мільйонів іноземних відвідувачів із туристичною метою.

Зважаючи на значний відсоток в'їзних туристів й економічного зростання, спричиненого функціонуванням туристичної сфери у докризовий період, можемо побачити масштаби, наскільки знизився показник проведення туристичних заходів у 2021 році у зв'язку із оголошенням пандемії у 2020 році та продовженням її режиму на 2021 рік, що спричинило значне скорочення кількості екскурсійних туристів у межах ЄС.

Для кращого розуміння впливу пандемії COVID-19 на стан туризму у державах Європейського Союзу, нами сформовано порівняльну таблицю, у котрій подано приклади туристичних заходів та подій, котрі були спрямованими на збільшення туристичного потоку і яким чином їхнє закриття, спричинене коронавірусними обмеженнями вплинуло на скорочення кількості в'їзних туристів у межах єврозони (таблиця 2.1.).

**Таблиця 2.1. - Аналіз впливу пандемії COVID-19 на проведення основних туристичних заходів і подій у державах Євросоюзу**

Держава	Характеристика туристичної події до поширення COVID-19	Зміни під впливом поширення COVID-19, 2021 рік	Зниження кількості залучених туристів
Іспанія	Проведення найбільш масштабного щорічного свята у Іспанії - <b>Санфермінес</b> (місто Памплон), традиційно відбувалось із 6 по 15 липня та характеризувалось перегонами з биками вулицями міст, на котрі приїжджало подивитись значне число туристів.	Призупинено на півночі Іспанії у зв'язку із ескалацією пандемії COVID-19 [4].	Понад 1 мільйон туристів
Республіка Франція	Проведення <b>Паризького книжкового салону</b> - події, котра відбувалась щорічно наприкінці березня та була найважливішою подією в світі художньої літератури на котру приїжджала значна кількість туристів із всього світу.	Призупинено до 2022 року через сезонне поширення захворюваності у Франції, у державі скасовано усі види заходів при участі понад 5 тисяч людей.	Близько 500 тис. туристів
Італія	Здійснення круїзних подорожей, проведення футбольних матчів - цілорічна подія, на котру приїжджала значна кількість закордонних туристів.	Дозвіл на застосування одного із пасажирських лайнерів в якості плавучого музею. Перенесено понад 30% матчів місцевої серії А із 2 березня по 26 травня, через стрімке поширення захворюваності на COVID-19.	Від 200 до 500 тисяч туристів
ФРН	Здійснення круїзних подорожей Північним та Балтійським морем демонструвало значну динаміку збільшення кількості туристів.	Впровадження обмежень на час подорожей та кількість пасажирів, щоденна перевірка температури тіла пасажирів та екіпажів суден, щотижневе тестування, обов'язкове носіння масок навіть в ліфтах та коридорах. Скасування більшості екскурсійних програм.	Понад 100 тисяч туристів

Поширення пандемії також вплинуло на показники туристичних потоків у державах Європейського Союзу, що спричинено згадуваними пандемічними обмеженнями та окремими заходами, котрі пов'язані із забороною подорожей та переміщення, змінились також й показники кількості в'їзду із метою туризму до держав Європейського Союзу, що продемонстровано в таблиці 2.2.

**Таблиця 2.2. - Аналіз впливу поширення захворюваності на COVID-19 на чисельність іноземних туристів у державах ЄС (млн. осіб)\***

Держава Євросоюзу	Чисельність туристів у 2019 році	Чисельність туристів у 2021 році	Зміна чисельності туристів у 2019-2021 рр., у %
Республіка Франція	90,92	40,11	-55,88
Республіка Італія	64,55	25,60	-60,34
Республіка Іспанія	83,57	19,11	-77,13
Республіка Австрія	31,81	16,07	-49,48
ФРН	39,55	11,42	-71,13
Угорщина	16,93	7,66	-54,75
Греція	31,32	7,37	-76,47
Королівство Нідерландів	20,11	6,27	-68,82
Королівство Данії	14,79	5,91	-60,04
Хорватія	17,39	5,35	-69,24
Румунія	12,85	4,01	-68,79
Португалія	17,24	3,27	-81,03

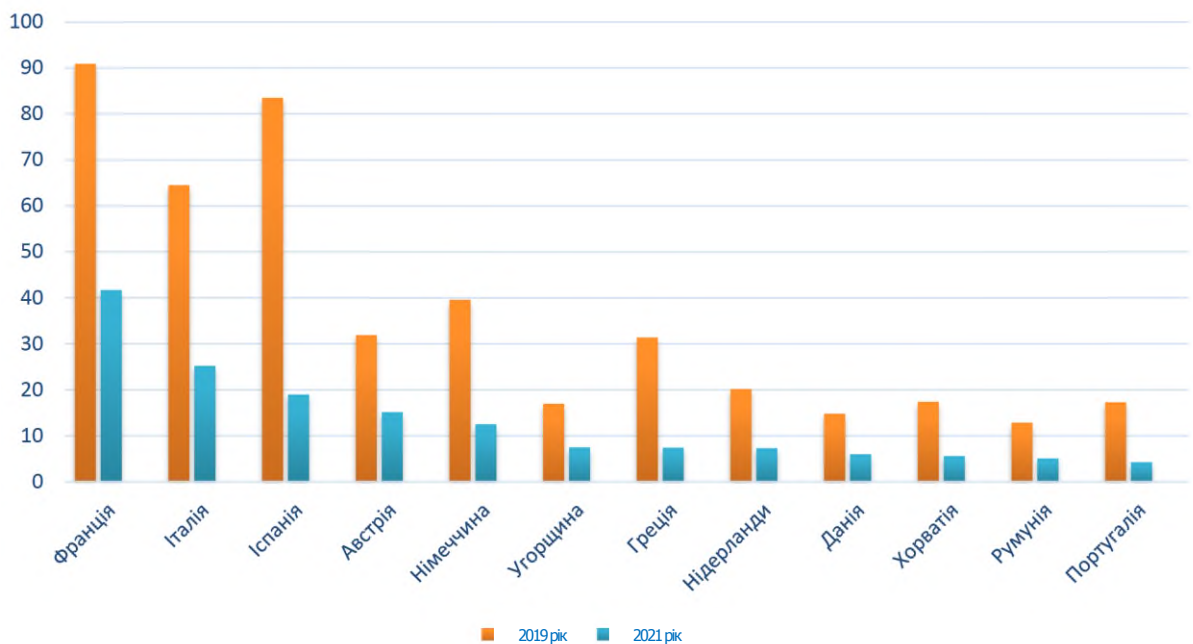
\*Джерело: сформовано на основі [25]

Дані таблиці демонструють значне зниження кількості туристів в усіх без винятку туристично-орієнтованих державах Європи. Проте, варто зазначити, що падіння показників значним чином корелюється із жорсткістю протиепідеміологічних заходів місцевих урядів. Так, максимального падіння чисельності туристів зазнали Португалія (81,03%),

Республіка Іспанія (77,13%), Греція (76,47%) та ФРН (71,13%), у той же час більш “лояльні” Угорщина та Австрія обмежились двократним падінням потоку туристів.

Франція із середини 1960-х років залишається ключовим європейським туристичним напрямом міжнародного туризму, у межах котрого розташовано всесвітньо відомі місця, при цьому ставши лідером у сфері проведення низки загальновідомих міжнародних подій. Столицею Франції Парижем у 2019 році залучено майже 16,9 мільйони міжнародних екскурсантів, що зумовило його лідируючі місця у рейтингу провідних міст Європейського Союзу у сфері екскурсійного туризму, поступаючись лише Лондону, котрий протягом докризового року залучив майже 22 мільйони закордонних туристів.

Для кращої ілюстрації впливу пандемії на стан галузі туризму, а саме - зміни чисельності в'їзних туристів нами подано діаграму на рисунку 2.13.



**Рис.2.13. Кількість в'їзних туристів у державах Європейського Союзу протягом 2019-2021 років (млн. осіб.)**

\*Джерело: сформовано на основі [25].

Характерно, що від наслідків пандемії COVID-19 в однаковій мірі постраждали як держави, котрі спеціалізуються на сфері екскурсійного туризму, так держави, котрі традиційно акцентують зусилля на рекреаційно-

відпочинковому виді туризму.

З метою зміни тенденцій, котрі сформувались склалась за час пандемії, урядами держав Європейського Союзу впроваджено низку вимог до туристів для мінімізації ризику передавання вірусу під час туристичних подорожей. Перелік вимог, у більшості випадків, є універсальним, частково дублюючи вимоги інших держав світу. Зокрема, до них належить обмеження відносно кількості людей, масковий режим, присутність паспорту вакцинації у котрому має вміщено інформацію відносно одержання повного курсу вакцинації.

Наведені обмеження не завжди є стандартними для кожної держави, оскільки різні країни, у залежності від поточного стану епідемічної ситуації на їх території, впроваджують вимоги індивідуально.

Саме тому, у період планування закордонних туристичних подорожей, необхідно ознайомитись із оновленими вимогами, оскільки окремі держави, окрім паспорту вакцинації, за умов погіршення епідеміологічної ситуації вимагають також ПЦР тест, дія котрого обмежується терміном однієї доби, або вимогою двотижневого карантину.

Таким чином, узагальнені статистичні дані порівняння періоду відсутності і появи COVID-19 у державах Європейського Союзу, демонструють той факт, що сукупні показники прибуття іноземних туристів значно скоротились протягом перших двох років пандемії. Низку туристичних подій та фестивалів скасовано чи перенесено, що теж стало фактором погіршення положення в туристичній сфері як держав Європейського Союзу, так і у світі загалом.

Проте держави із часом пристосувались до виниклих проблем та здійснюють пошуки шляхів покращення положення у галузі туризму. Зокрема, незважаючи на сталість обмежень при в'їзді і перебуванні у державах, карантинні вимоги стабільно пом'якшуються. Так з початком 2023 року туристи мають можливість здати тест у аеропортах та готелях у перший день здійснення подорожі, офіційно затверджено увесь перелік



документів, котрий необхідно мати при собі.

За таких умов, термін перебування туристів у межах приймаючих держав Європейського Союзу розширено із 3 до 14 днів, що включає можливість проїзду транзитними державами.

### **2.3. Впровадження та поширення інноваційних видів туризму у державах ЄС на період поширення пандемії COVID-19.**

Із початком карантину Європейський Союз розпочав реалізацію низки заходів задля підтримки ключових сфер економіки, котрі спрямовані на амортизацію соціально-економічних наслідків пандемії коронавірусу. Уже в травні 2020 року державами Євросоюзу виділено 375 млрд євро на заходи щодо відновлення туристичної сфери регіону після очікуваного завершення пандемії коронавірусу. Із них, 255 млрд виділено урядам з метою допомоги туристичному сектору своїх держав та майже 120 млрд - дрібним підприємцям та компаніям, котрі зазнали збитків, задля можливості продовжувати роботу.

Пакет допомоги обрані уряди кожної держави розглядають особисто. Зокрема, з метою зниження навантаження на сферу економіки загалом, на туризму - зокрема, урядами європейських держав на 2022-2023 рік заплановано:

1. У Іспанії соціальними партнерами розроблено два первинних пакети соціально-економічних заходів з метою захисту сімей, найманих та самозайнятих працівників та підприємств сфери туризму, а також планується створення спеціальних веб сторінок із інформацією, рекомендаціями та методами, котрі стосуються функціонування сфери туризму в умовах поширення COVID-19. Щотижня організуються зустрічі поміж представниками уряду і соціальних партнерів для узгодження необхідних заходів.

2. У Греції сформовано урядовий координаційний комітет із розвитку туристичної галузі, до складу котрого входять представники усіх

міністерств. Регіональною радою Греції із питань туризму забезпечено цінний інструмент комунікації задля координації розвитку і просування туризму, включно із управлінням кризовими ситуаціями.

3. Хорватією здійснено низку заходів задля підтримки туристичного бізнесу, включно із: відстроченням сплати зборів, туристичних податків і збільшенням ліквідності. Окрім запланованих урядом на 2023 рік 20 конкретних заходів, пов'язаних із безпосередньо розвитком туризму, загальноекономічні програми теж спрямовані на підтримку сектору, включно із туризмом, котрий включено до сфери діяльності спеціально створеного Фонду гарантування експорту задля можливості надання банківських гарантій щодо позик для формування додаткової ліквідності підприємств сфери туризму.

Таким чином, пандемією COVID-19 спричинена низка ситуацій, котрі призвели до кризових положень в туристичному секторі усіх держав Євросоюзу. Туристична сфера ЄС втрачала понад 1 млрд. євро доходів у місяць протягом 2020 року, на понад 270 млн. євро доходів у місяць протягом 2021 року внаслідок провадження карантинних заходів. Понад 6 мільйонів працівників галузі туризму вже втратили роботу внаслідок коронавірусу. Втрата робочих місць сектору згідно підсумків 2020-2021 років була разючою, коливаючись у межах 14,5 до 29,8 мільйони осіб.

Проте, з метою адаптації до нових викликів державами розроблено узгоджений пакет заходів із боку держав відносно підтримки бізнесу у тому числі - бізнесу туристичної сфери, котре надало змогу низці туристичних фірм і підприємств зберегти можливість функціонувати в цей складний період, а згодом - відновити докарантинні обсяги діяльності, впровадивши комплекс інноваційних методів і підходів до здійснення діяльності під час пандемії коронавірусу, формування новітніх інноваційних туристичних продуктів із врахуванням усіх обмежень, а також залученням у сферах обслуговування усіх необхідних обмежувальних заходів, котрі впроваджено на світовому рівні.

На основі проведеного дослідження можемо розділити заходи, запроваджені у рамках Європейського Союзу з метою підтримки туристичної сфери на три основні категорії:

1. формування справедливого балансу поміж захистом туристів і інтересами підприємств сфери туризму;
2. забезпечення умов задля виживання бізнесу із особливим акцентом на сектор малого та середнього підприємництва;
3. зосередження уваги на адаптованих механізмах координації дій з метою підтримки і відновлення сектору туризму.

З моменту розповсюдження коронавірусу у 1 кварталі 2020 року та закриття туристичної діяльності, відміни чи переносу більшості подій, котрі відбувались кожного року у державах Європейського союзу, урядами держав залучено спеціалістів сфери туризму з метою створення і розробки інноваційних альтернатив повсякденному, звичайному туризму до котрого звикли споживачі.

Як демонструє історія розвитку сфери економіки кожної демократичної держави світу, кожна кризова та неочікувана ситуація є стимулом до впровадження більш ефективних та інноваційних методів ведення бізнесу. Вважаємо, що це твердження є повністю актуальним і для сфери туризму держав Європейського Союзу.

У країнах ЄС коронавірусна криза стала тригером для впровадження інноваційних видів туризму, серед котрих найбільш популярними є:

1. Впровадження бекпекер-туризму у Федеративній Республіці Німеччині;
2. Розвиток віртуального туризму в Італії;
3. Становлення дарк-туризму в Румунії;
4. Поширення повільного туризму в Греції.

Найбільш актуальні інноваційні види туризму, котрі виникли на території держав Європейського Союзу подано в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. - Характеристика інноваційних видів туризму у державах Європейського Союзу.

Держава	Інноваційні види туризму, їх характеристика
Федеративна Республіка Німеччина	Поширення Бекпекер-туризму, головною ціллю котрого є максимальна економія на час мандрівки. Бекпекер туристи характеризуються наявністю дорожніх сумок і путівників, спосіб мандрування - автостоп, зупиняються у хостелах, палатках чи користуються послугами каучсерфінгу.
Республіка Італія	Розвиток віртуального туризму, котрий є схожим до сучасних он-лайн ігор. На платформах віртуального туризму відтворено популярні музеї та колізеї Італії. При цьому завдяки віртуальній подорожі турист детально ознайомлюється не тільки із творами мистецтва, але й із екстер'єром й інтер'єром будівель музеїв, у котрих вони зберігаються
Іспанія	Поширення Руфінгу (прогулянок дахами багатопверхівок і хмарочосів), комерційного індустріального туризму (відвідування підприємцями ефективних промислових об'єктів задля запозичення досвіду і можливого інвестування).
Республіка Польща	Індустріальний чи промисловий туризм - є дослідженням експертами-туристами будівель, інженерних споруд і територій, котрі мають виробниче чи спеціальне призначення, у тому числі - закинутих споруд задля одержання психологічного, естетичного чи дослідницького задоволення. Вказаний вид туризму передбачає можливість проникнення на території, котрі зазвичай охороняються, а також (з дозволу керівництва) екскурсії територіями діючих промислових і спеціальний зон.
Румунія	Дарк-туризм, котрий полягає у прогулянках місцями, пов'язаними із смертю, катастрофами чи трагедіями та приваблюють туристів. Поміж популярних об'єктів відзначають різноманітні замки із моторошними історіями, зокрема - замок графа Дракули в Трансільванії.
Греція	Повільний (неквапливий) туризм, котрий є методом подорожей, у котрих фокус уваги зміщено від показників кількості до показників якості. Замість динамічного огляду чергових замків, музеїв і містам, увагу мандрівників сфокусовують на певній місцевості або місті, намагаючись поринути в культуру чи побут місцевих жителів, ознайомившись із кухнею і традиціями регіонів Греції.

\*Джерело: сформовано на основі [8,30].

На прикладі держав, поданих у таблиці наведено приклади інноваційних типів туризму та їхню характеристику, котрі виникли нещодавно й успішно розвиваються чи створюють інноваційні напрямки у зв'язку із пандемією, а також задля покращення попиту на усталені галузі. У зв'язку із пандемією, протягом 2020-2022 років компаніям прийшлося адаптуватись до усе більшої кількості нових, прийнятих на міжнародному рівні обмежень, створивши інноваційні типи туризму та застосовуючи технології задля просування і популяризації на міжнародних ринках туристичних продуктів, за рахунок чого варто очікувати “постковідного” збільшення попиту.

Одним із інноваційних типів туризму на території держав Європейського Союзу, котрий набув популярності та збільшує інтерес до подорожей Європою поміж іноземців і європейських туристів став повільний туризм.

Повільний туризм (slow travel) є відносно новим підходом до поїздок, у котрих немає місця поспіху чи бажанню досягнути значних обсягів інформації протягом обмеженого проміжку часу.

Він є способом подорожі, у котрому фокус уваги зміщено від кількості у напрямку якості.

Розвиток повільного туризму є усе більш сталою тенденцією завдяки поширенню пандемії Covid-19 й набуттю популярності екологічним видом туризму. Ключові принципи повільного туризму подано на рисунку 2.14.

Серед них варто виділити:

1. Обрання якості, а не кількості. Зниження кількості країн та міст, виділення більшої кількості часу у межах кожної із них, що подобається туристам.

2. Попереднє ознайомлення із інформацією про державу, до котрої турист планує навідатись: історією, культурою, економікою, природою, релігією, кухнею. Обов'язковим вважається вивчення кількох десятків висловів мовою приймаючої держави.

3. Повільна подорож є ще й зіткненням із іншою культурою. Туристи намагаються пристосуватися до локальних звичаїв і звичок, не поширюючи власні погляди і спосіб життя [30].



**Рис.2.14. Ключові принципи повільного туризму**

4. Варто обирати агротуризм, екоготелі або приватний сектор - оселятись варто в місцевих жителів, котрі готові прийняти мандрівників за мінімальні кошти, при цьому зберігаючи автентичність та характерні звичаї приймаючої держави.

Так турист одержує більший обсяг інформації відносно держави та людей, котрі у ній живуть, одночасно сприяючи розвитку економіки

муніципалітету.

5. Необхідність збереження дикої природи: обмеження купівлі продуктів, виготовлених із рослин чи тварин, котрі перебувають під загрозою вимирання.

У природному середовищі, у тому числі - на територіях, котрі охороняються, завжди варто намагатися ходити вже протоптаними стежками, не порушуючи звичні умови проживання рослин, тварин та середовища, у котрому вони живуть.

6. Варто відвідувати території, котрі охороняються незначними групами в супроводі досвідчених гідів, бажано місцевих.

7. Дбайливе відношення до місцевої екології і ресурсів. Де б туристи не перебували, вони мають здійснювати збір та сортування власного сміття, уникати пластикового посуду. Необхідно вимикати крани, кондиціонери і світло, залишаючи готельний номер, це допомагає уникати затрат води і електроенергії.

8. Купівля виключно місцевих продуктів, що сприяє підтриманню економіки приймаючого регіону. Надання переваг послугам, котрі пропонує місцеве населення, у тому числі - транспорту і житлу; місцевій сезонній кухні із місцевих продуктів.

9. Переміщення переважно на екологічному транспорті (із відсутністю викидів), зокрема: велосипеді, електротранспорті чи пішки.

Кожна держава Європейського Союзу визначає повний перелік карантинних обмежень для туристів індивідуально.

Узагальнивши інформацію із відкритих джерел, нами у таблиці 2.4. подано перелік карантинних обмежень для туристів у розрізі окремих держав Європейського Союзу для туристів з поза його меж (у тому числі - й України).

Карантинні обмеження та способи їх реалізації теж стали часткою туристичної сфери та інновацією.

**Таблиця 2.4. - Карантинні обмеження держав Європейського Союзу для туристів із України (станом на 01.01.2022 року)**

Держава ЄС	Перелік впроваджених карантинних обмежень
Республіка Польща	<p>Для громадян України, у тому числі - й вакцинованих від COVID-19, із 15 грудня необхідно мати негативний результат тесту на коронавірус задля в'їзду до Республіки Польщі. У період зростання захворюваності вітчизняним туристам, котрі планують приїхати до Республіки Польщі необхідно пройти 14 - денний карантин. Шляхи його уникнення наступні:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. пройдено повний курс вакцинації, (при цьому останню дозу вакцини необхідно одержати за 14 днів до дати в'їзду (рахуючи із дня, після дати щеплення),</li> <li>2. Вік згідно документів - до 12 років, тобто - діти подорожують під опікою батьків, які щеплені проти COVID-19,</li> <li>3. одужали від вірусу SARS-CoV-2 у термін понад шість місяців до моменту перетину кордону Республіки Польщі.</li> </ol> <p>Вказані обмеження стосуються однаково чиним, як подорожуючих авіаційним транспортом, так й тих, хто пересікає державний кордон власним автомобілем, автобусним транспортом, потягом чи пішки.</p>
Чеська Республіка	<p>Урядом Чехії посилено обмеження для іноземних туристів. При перетині державного кордону необхідно подати негативний результат ПЛР-тесту, у тому числі й повністю вакцинованим громадянам, зроблений у термін до 72 годин до часу перетину державного кордону.</p> <p>Негативні результати тесту не вимагатимуть від туристів, котрі отримали третю дозу вакцини сертифікованими вакцинами, дітей віком до 12 років та дітей віком від 12 до 18 років, котрі одержали 2 дози вакцини</p>
Данія	<p>У Данії із 2022 року усі туристи зобов'язані проходити тест на COVID-19, навіть при наявності сертифікату вакцинації. При в'їзді у державу необхідно пред'явити наявність негативного ПЛР-тесту, зробленого не пізніше ніж за три доби до того. Вказана вимога не стосується лише дітей до 15 років і осіб, котрі вже перехворіли на коронавірус. Невакцинованим українцям необхідно проходити десятиденний карантин по прибутті до держави.</p>
ФРН	<p>Наявність негативного ПЛР-тесту від туристів із України. Проте термін його здійснення скорочено (48 годин до перетину кордону).</p>
Швеція	<p>Усі іноземні туристи зобов'язані продемонструвати негативні результати тесту на COVID-19. Наявність вакцинації не скасовує дані обмеження. Термін його здійснення - 48 годин (незалежно від віку туристів)</p>
Греція	<p>Усім без виключення туристам (включно із дітьми від 5 років) при в'їзді у Грецію потрібно продемонструвати негативні результати ПЛР-тесту, зробленого не раніше 72 годин (починаючи від часу взяття забору матеріалу й до прибуття на кордон Греції) чи лабораторний тест на антигени, котрий необхідно здійснити до 24 годин до часу прибуття. Окрім цього подорожуючим із України необхідно заповнити спеціальну форму PLF не пізніше 24 годин до перетину державного кордону. Є можливість використовувати додаток "Дія" із QR-кодом, що містить інформацію про здійснення вакцинації</p>



Окрім інноваційних типів туризму у межах Європейського Союзу створено та впроваджено інноваційні он-лайн помічники, котрі застосовуються у туристичній сфері, значно спрощуючи роботу у багатьох напрямках, дозволяючи залучити більше споживачів і урізноманітнити наявні на певний момент пропозиції відповідно до попиту сучасних споживачів, зокрема:

А. Роботи, чат-боти та автоматизація процесу надання туристичних послуг.

Роботизація, котра до початку пандемії, обмежувалась сферою туризму Японії, набула значного поширення у державах ЄС, котрі, починаючи із 2020 року активно переймають японський досвід.

Зокрема, низка держав ЄС, у тому числі Німеччина, Франція та Італія впроваджують практики обслуговування споживачів при допомозі роботів, котрі виконують роль персоналу в ресторанно - готельних комплексах. Протягом 2022 року Іспанія, Португалія та Греція теж перейшли до практики залучення передових інновацій, а саме - роботів, функцією котрих є надання послуг і обслуговування споживачів туристичних послуг.

Одним із найбільш поширених прикладів наведених у Європейському Союзі туристичних тенденцій вважаємо використання Connie, робота-консьєржа у понад 30 готелях мережі Hilton. Інші найбільш відомі готельні мережі Європейського Союзу теж ідуть у ногу із часом, установлюючи інтерактивних роботів з метою виконання низки функцій, серед яких - реєстрація туристів чи подача їжі та напоїв відвідувачам.

Вказане введення у діяльність господарств роботів-персоналу є далеко не єдиним. Більшість клієнтів надають перевагу простоті процесу здійснення туристичних послуг, тож тепер бронюють власні поїздки та проживання при допомозі чат-ботів, котрі здатні обробляти запити та пропонувати допомогу, при цьому спілкуючись напряду зі споживачами туристичних послуг, надаючи відповідь на увесь спектр їхніх запитань усього за кілька секунд.

Інновацією стало впровадження елементів “Технологічної гостинності” - комплексу взаємозв’язків, при допомозі котрих готелі реалізують інноваційний процес взаємодії гостей, персоналу та технологій у межах території готельних комплексів. Автори нововведення вважають, що комплекс технологій взаємодії із туристом має бути зручним й надавати можливість вибору мандрівникам. Необхідно акцентувати увагу на тому, що поки хтось віддає перевагу вирішенню усіх питань при допомозі смартфона, таким чином прагнучи мінімізувати живе спілкування, іншим клієнтам зручніше отримувати інформацію від “живих людей”.

Б. Доповнена і віртуальна реальність.

У межах держав Європейського Союзу період пандемії 2020-2022 років ознаменувався активним паралельним впровадженням елементів віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) у сфері надання туристичних послуг. Ці елементи полягають у поєднанні у собі віртуальних елементів із реальним досвідом. Сучасні тенденції AR-подорожей у більшості випадків включають у себе процес відвідування музейних експонатів, котрий легко реалізувати при допомозі сучасних смартфонів.

Іншим прикладом застосування віртуальної реальності є використання додатку Navitaire, котрий дозволяє користувачам здійснювати віртуальне вивчення місць для подальшого відпочинку й одразу здійснювати подальше бронювання майбутніх подорожей. Це значним чином спрощує процес вибору місця подорожі й відпочинку.

В. Застосування голосових помічників.

Станом на кінець 2022 року експериментально встановлений показник точності деталізованого розпізнавання голосу та обробки мови перевищив 95%. На даний день низка платформ, зокрема HomeHub від Apple, Google Home а також Amazon Alexa сприяють легкому “спілкуванню” із комп’ютерами, що стало звичайною справою для багатьох мільйонів туристів у всьому світі [21].

З початком 2023 року активно розвивається впровадження

інноваційних технологій й під час подорожей. Зокрема, Amazon розробляє версії Alexa для окремих елементів готельного бізнесу, у стартових версіях сконцентрувавши увагу на найбільших готельних мережах та апартаментних комплексах для відпустки. Ці рішення дозволяють спрощувати проживання для іноземних туристів, оскільки голосові помічники допомагають здійснювати опцію контролю температури чи освітлення приміщення, пошуку місцевих ресторанів та пам'яток, дзвінків чи навіть в'їзду та виїзду із готелів.

#### Г. Екологічно безпечні подорожі та усвідомлений туризм.

У період 2020-2021 років туристична та авіаційна галузі зіткнулись із значним PR-викликом. Їм потрібно змінити загальне сприйняття клієнтів щодо того, що індустрія туризму здійснює негативний вплив на клімат.

Так, згідно звіту про екологічно небезпечні подорожі Booking.com протягом 2019 року (Sustainable Travel Report 2019) подано інформацію, що протягом досліджуваного року понад 55% респондентів зі всього світу стали дедалі більш стурбовано реагувати відносно впливу власних поїздок на стан навколишнього середовища.

У грудні 2019 року швейцарський банк UBS подав інформацію, що понад 20% мандрівників скоротило кількість перельотів через ріст екологічних проблем, популяризуючи та підтримуючи еко-напрямок flight-shaming [19].

Підсумовуючи, варто зазначити, що, вплив пандемії COVID-19 сприяв залученню низки інновацій в роботу галузі туризму, формуючи цілий комплекс інноваційного туризму, значно збільшились показники кількісного і якісного складу пропозицій туристичних послуг, котрі більшим чином відповідають запитам сучасних споживачів. Низка видів туризму, котрі існували ще до оголошення пандемії розділено на нові підвиди. Індустрія туризму не є статичною, як й інші сфери економіки здійснюючи трансформацію у напрямку інновацій. Фахівці у галузі туризму знаходять виходи із скрутних становищ, зокрема - створивши онлайн

платформи у мережі інтернет з метою здійснення звичайних екскурсій, сформувавши більш безпечніші умови і утримавши споживача туристичних послуг. Звичні в “докоронавірусний” період види туризму знаходяться у стані постійного пошуку інноваційних напрямків та знаходять їх, тож наведені кризові ситуації стають вагомим викликом та поштовхом для максимально оперативного їх знаходження.

### **РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ФОРМУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ДЕРЖАВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В РАМКАХ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ.**

#### **3.1. Перспектива розвитку інноваційних видів туристичних послуг як відповідь на виклики пандемії COVID-19.**

Аналіз та опрацювання статистичних матеріалів та наукових статей із тематики інноваційного туризму та пандемії COVID-19 дозволили нам сформулювати висновки відносно того, що сфера економіки більшості держав Європейського Союзу країн зазнала вагомих збитків, проте, з іншого боку, це зумовило розвиток процесів, пов'язаних із пошуками виходу із ситуації та розробкою нових напрямків та видів туризму задля збереження, а у майбутньому - і збільшення попиту на увесь комплекс туристичних послуг.

Саме завдяки ризикам економічних втрат від пандемії коронавірусу у сферу туризму залучено інноваційні технології, новітні методи надання послуг, впроваджено адаптовані методики підвищення кваліфікації працівників згідно нових стандартів, виникли інноваційні види туризму. Проте, як і у питанні розвитку пандемії, так і в упровадженні інновацій є певний перелік перспектив та проблем відносно подальшого розвитку, котрі ставлять під сумнів темп популяризації інноваційних напрямків туризму у межах світової галузі туризму.

Проблемами інноваційного туризму вважаємо:

1. Брак бажання споживачів туристичних послуг до споживання інноваційних продуктів і сприйняття чогось нового;
2. Недостатній рівень фінансування та державної підтримки інноваційних проектів;
3. Низький рівень платоспроможного попиту, що посилюється зниженням рівня доходів потенційних туристів в епоху коронавірусу;
4. Недостатній рівень поширення інформації відносно нововведень у

сфері туризму;

5. Боязнь та погіршення психологічного стану, брак довіри окремих категорій споживачів до застосування штучного інтелекту;

6. Брак кваліфікованих кадрів у сфері впровадження інформатичних технологій в галузі туризму;

7. Відносна нестабільність умов у міжнародних відносинах, що пов'язано як із поширенням COVID-19, так і вторгненням Російської Федерації до України;

8. Наявність екологічних та кліматичних катастроф, котрі стримують розвиток інноваційного туризму;

9. Зростання кількості політичних, воєнних конфліктів, форсмажорних ситуацій, у тому числі - в державах Африки, Арабських державах, Південно-Східній Азії;

10. Досить довготривалий процес поширення та задіяння інновацій у туризмі;

11. Затрати великої кількості коштів на процес розробки, виробництва, розповсюдження а також обслуговування технологічних пристроїв;

12. Перспектива скорочення кількості робочих місць внаслідок автоматизації процесу надання туристичних послуг, і, як наслідок - зростання рівня безробіття;

13. Зниження платоспроможного попиту внаслідок військових дій Російської Федерації проти України.

Загроза екологічних та кліматичних катастроф, політичних й воєнних конфліктів надає питанню розвитку туризму (як класичного, так й інноваційного) нагальності, оскільки наявність значного числа перешкод робить будь-який розвиток туризму неможливим до їх остаточного вирішення. З іншого боку, саме процес вирішення певних загроз і пристосування до певних надзвичайних ситуацій, зокрема - пандемії коронавірусу, зростання кількості біженців, спричиненого Україно-

Російською війною, Китайсько-Тайванської ескалації сприяє формуванню новітніх методів вирішення задач, інноваційним видам туризму, та розширенню спектру пропозицій.

У сучасному світі туризму пандемія COVID-19 надала змогу подорожувати не виходячи із дому, туристи ознайомлюються із місцями до котрих раніше не мали часу доїхати, наразі технології значно все спрощують, роблячи туризм у держави інших континентів більш доступним, таким чином розвиваючи кругозір “віртуальних туристів”.

На сьогодні, проте, не усі споживачі є готовими відмовитись від традиційних видів туризму до котрих вони вже звикли й віддати значну кількість коштів для одержання нового досвіду і відчуттів. Залучення технологій, розробка й популяризація із використанням маркетингових компаній теж вимагає здійснення значних інвестицій в інноваційні проекти, котрі будуть мати тенденцію до падіння вартості у віддаленому майбутньому, проте, вважаємо це перспективою як мінімум найближчого десятиліття.

Таким чином, основною та глобальною проблемою у процесі розвитку туризму у державах Європейського Союзу вважаємо комплекс зовнішніх макрочинників, на котрі неможливо вплинути, проте є змога значним чином адаптуватись під них. У випадку відсутності можливості чи бажання до адаптації з боку операторів туристичного ринку, є значна ймовірність виникнення кризових ситуацій.

Галузь світового туризму є найбільш динамічною формою міжнародної торгівлі, значним джерелом валютних надходжень, при цьому сприяючи залученню прямих іноземних інвестицій, розвитку сфери транспортної і відпочинково-розважальної інфраструктури, збільшенню кількості робочих місць, зокрема - у економічно малорозвинених регіонах. Розширення міжнародного туризму у Європі на межі XX-XXI століття базувалось на зменшенні числа воєнних конфліктів, економічному зростанні, розвитку освіти, сфери культури, духовності, впровадженні

інформаційної сфери, зростанні грошових доходів громадян тощо. На базі проведеного дослідження, подальшої обробки і вивчення матеріалів, здійснивши аналіз виявлених проблем розвитку інноваційного туризму у державах Європейського Союзу, визначимо подальші напрямки розвитку сфери інноваційного туризму:

1. Подальше розширення кордонів сфери туризму;
2. Урізноманітнення туристичних продуктів та послуг;
3. Збільшення валового внутрішнього продукту держав, у котрих розвивається інноваційний туризм;
4. Перспективний вихід на новий технологічний рівень, зростання показників розвитку держав;
5. Залучення більшого числа туристів внаслідок проходження усіх етапів адаптації новітніх технологій у туризмі;
6. Створення нових видів інноваційного туризму, що здійснюватиметься синхронно із впровадженням нових досягнень науково-технічного розвитку;
7. Збільшення кількості робочих місць завдяки підготовці кваліфікованих кадрів, їхньому навчанню та підвищенню кваліфікації, розробка і створення допоміжних технологій та ін.;
8. Падіння показників розповсюдження “традиційних” вірусів та хворіб, у випадку поширення дистанційних подорожей;
9. Зменшення тривалості черг і скупчення туристів біля визначних місць завдяки впровадженню віртуального туризму;
10. Значна вигода у сфері збереження навколишнього середовища, нижчий живий потік туристів, нижчі показники забруднюваності довкілля.

Згідно даних Всесвітньої туристичної організації (ВТО) названо п'ять видів туризму, котрі мають найбільш значні перспективи у розвитку й популяризації в XXI ст.:

1. круїзні подорожі - один із найбільш перспективних і бурхливо зростаючих підвидів туризму. Так, якщо станом на початок 1980 року



чисельність туристів, перевезених круїзними лайнерами перевищувала 1,5 млн. осіб, то станом на 2022 рік -10 млн., при цьому їхня кількість стабільно зростає протягом останніх двадцяти років;

2. пригодницький туризм, котрий є різновидом туризму, пов'язаним із значними фізичними навантаженнями й організацією нестандартних турів в екзотичні та екологічно чисті природні резервації, при цьому включаючи поєднання незвичайних подорожей та пересування нетрадиційними транспортними засобами;

3. культурно-пізнавальний туризм, що є особливо характерним для держав Європи, Південно-Східної Азії, Близького Сходу. Його розвиток вимагає збільшення зусиль щодо охорони пам'яток культури;

4. діловий туризм, котрий набув активного розвитку на початку ХХІ століття і має значні перспективи розвитку у майбутньому, що спричинено швидкими темпами відновлення світової економіки, розвитком політичних і економічних зв'язків поміж різними країнами світу;

5. космічний туризм, розвиток котрого згідно даних американських експертів, сприятиме збільшенню щорічного доходу сфери туризму на суму понад 10 млрд. дол. США [31].

Яскравим прикладом найбільш інноваційного туризму люкс-класу є космічний, котрий створено та запущений у дію у 2022 році компанією SPACEX, вивівши на орбіту Землі перших космічних туристів.

Розвиток космічного туризму допускає здійснення комерційних польотів у космос чи на навколоземну орбіту у розважально - пізнавальних чи науково-дослідних цілях. Згідно розрахунків аналітиків систем комерційних космічних польотів, станом на початок 2023 року він зарекомендував себе як дуже прибуткова бізнес модель. Для менш платоспроможних туристів у сфері космічних пригод американськими центрами підготовки космічних польотів пропонується найширший спектр послуг, зокрема - на відповідних тренажерах відчуття перебування у невагомості.

У квітні корпорацією SpaceX запущено у космос перших чотирьох космічних туристів, що є першою для компанії місією із виключно цивільними громадянами на борту, серед котрих немає жодного професійного космонавта. Запуск отримав назву Inspiration4.

Характерно, космічні кораблі Crew Dragon мають доживність повторного використання: у 2021 році ним доставлено чотирьох астронавтів місії МКС. Проте комерційна місія Inspiration4 має на меті виключно туристичні подорожі - космічними туристами проведено чотири дні на орбіті Землі, висота польоту перевищила 600 км.

Окрім перспектив уже існуючих видів туризму, вважаємо перспективним залучення у процес надання традиційних туристичних послуг інновацій. Характерним прикладом стало застосування практики використання інтерактивних роботів-помічників, котрі набувають популяризації у застосуванні в готельно - ресторанній сфері із метою більш повного та оперативного обслуговування споживачів. Окремі готелі йдуть у ногу із часом, встановлюючи цілі команди інтерактивних роботів задля виконання низки функцій, серед котрих: реєстрація туристів чи подачі їжі та напоїв відвідувачам. Найбільш яскравим прикладом є застосування системи роботів Aura у сінгапурських готелях мережі M Social (згідно проекту Філіпа Старка), котра у перспективі може бути запозичена і в більшості готелях Європейського Союзу.

Ще одним із прикладів інновацій, котрі активно впроваджуються у секторі туризму Європейського Союзу є додаток Navitaire, котрий дозволяє користувачам здійснювати віртуальне вивчення місця для відпочинку і одразу здійснювати бронювання майбутніх подорожей.

Тревел-індустрії варто здійснити значні фінансові та HR-інвестиції у процес розробки й використання VR-реальності у глобальному масштабі. VR реальність може бути застосована у системі розваг на час дальніх польотів, надаючи таким чином для пасажирів іще одну опцію на борту авіалайнера.

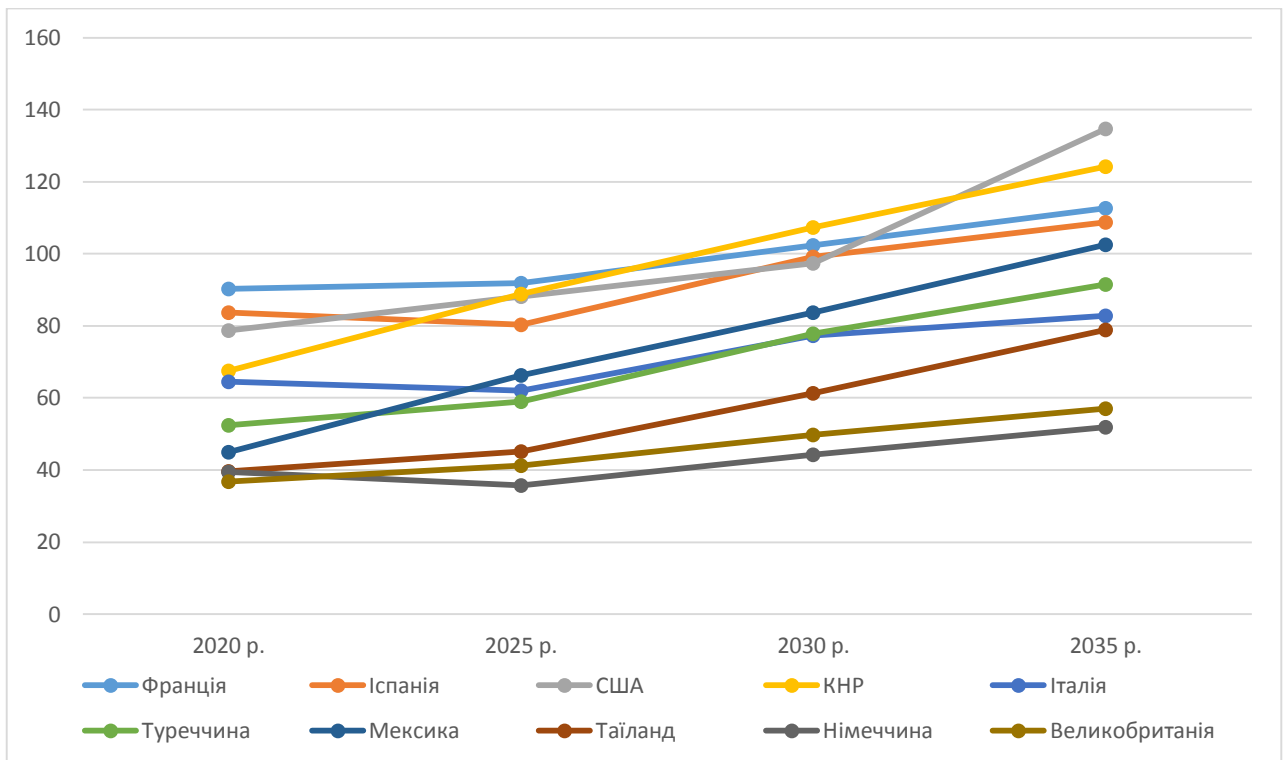
Ще однією інноваційною технологією вважаємо застосування “супер-додатку” для подорожей.

Сама ідея застосування “супер-додатку” щодо подорожей має давню історію. Експертами планується, що у період 2020-2030 років саме вона стане одним із трендів розвитку індустрії. Зокрема, згідно опитування порталом Booking.com 12500 іноземних туристів із понад 30 країн відносно їх бачення процесу впровадження інноваційних видів туризму, близько 57% із них відповіли, що прагнуть впровадження єдиного додатку для планування та бронювання подорожей [32].

Очікуваний супер-додаток вже впроваджено у державах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де додатки, пов’язані із електронною комерцією та застосунки для обміну повідомленнями, зокрема - WeChat, Alipay та Meituan у КНР, Line у Японії й PayTM у Індії, стали максимально універсальними. При їх допомозі користувачі мають можливість не лише спілкування, а ще й оплати авіаквитків й розміщення у готелях, замовлення їжі чи купівлі речей онлайн [26].

Наведені додатки значно спрощують життя та вибір споживачів, зберігаючи вільний час, завдяки можливості здійснення вибору усього за кілька натискань без необхідності виходити із дому, надаючи споживачу певну туристичну інформацію у віртуальному виді, а також забезпечуючи туристичного оператора фінансовими ресурсами. Для потенційних туристів головне, щоб вказані додатки були максимально прості та зрозумілі для кінцевого споживача.

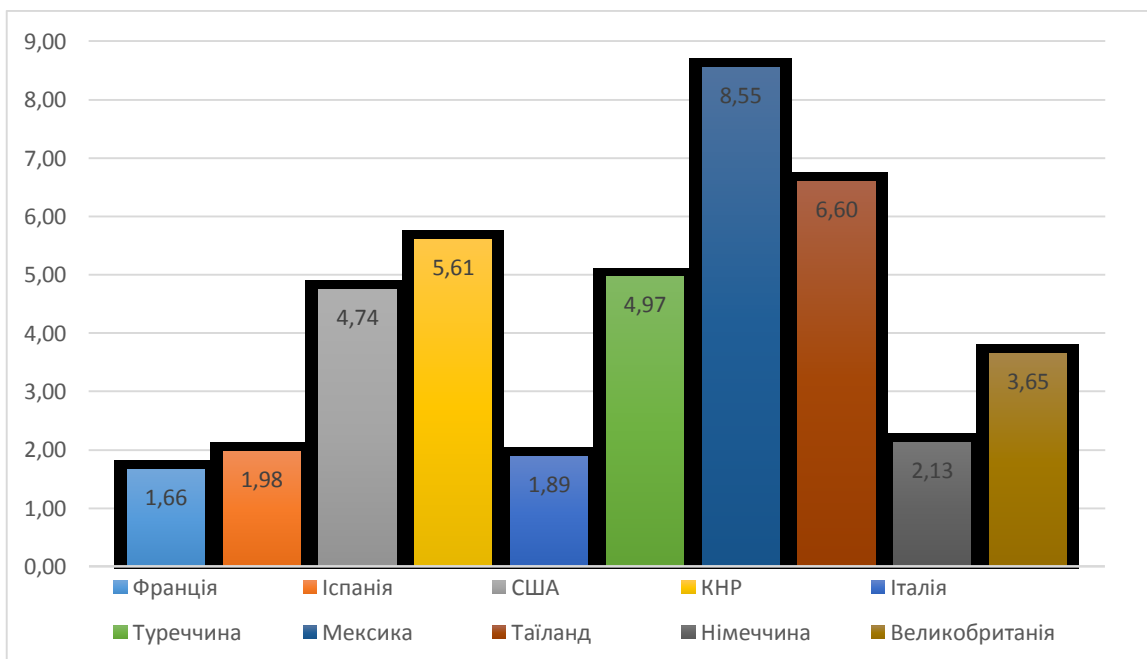
Туризм у будь-якій ситуації, при будь-яких обставинах матиме перспективи до розвитку. Після “коронавірусного” спаду та кризи уже з 2023 року планується певне зростання. Зокрема, результати проведеного (на основі інформації одержаної із відкритих джерел) моделювання розвитку туристичної галузі на період до 2035 року демонструють значну перспективу зростання чисельності туристичних потоків у розрізі усіх ключових туристичних центрів світу (рис. 3.1.).



**Рис. 3.1. Моделювання чисельності прибулих туристів у розрізі провідних туристичних держав світу, млн. осіб**

\*Джерело: сформовано на основі [26].

При цьому характерне зміщення акцентів туристичної галузі із “традиційних” туристичних держав Європейського Союзу до менш відомих держав Азії та Центральної, Південної Америки (рис. 3.2.).



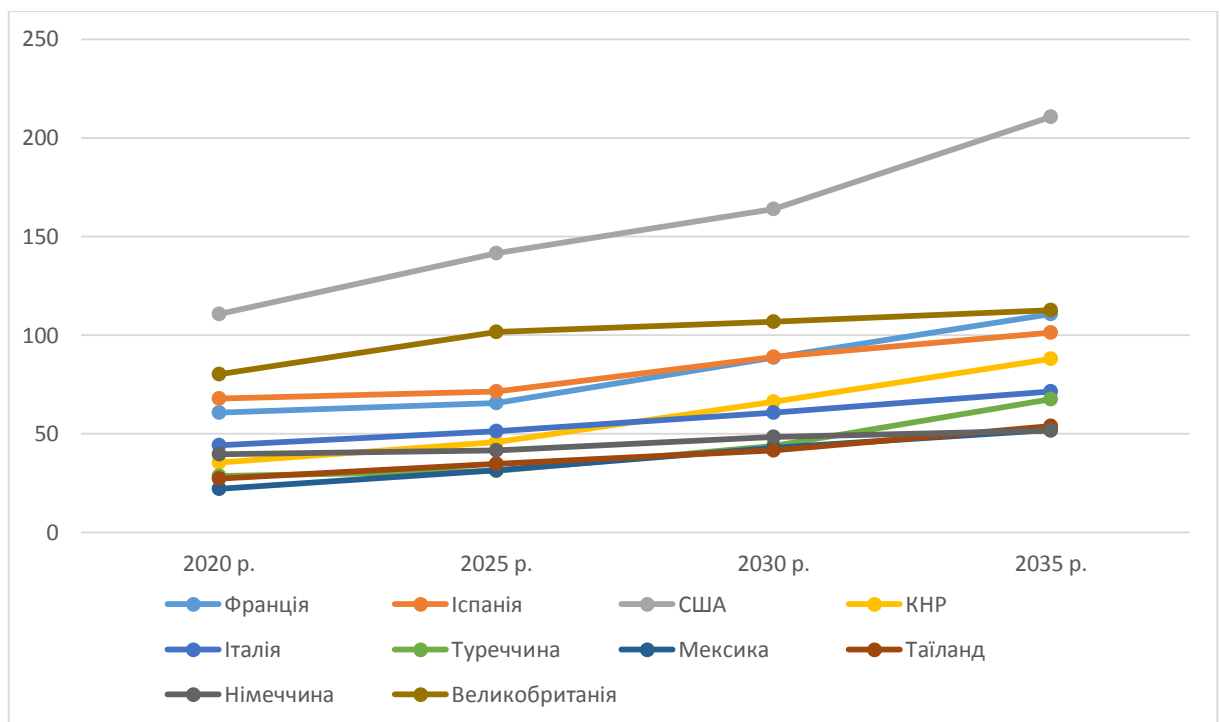
**Рис. 3.2. Моделювання динаміки щорічного зростання об'єму туристичних потоків у розрізі провідних туристичних держав світу, %**

\*Джерело: сформовано на основі [26].

Зокрема, прогнозується значний ріст популярності подорожей до Мексики (8,55% щорічно), котра поєднує переваги відпочинкового та екскурсійно-пізнавального туризму, при цьому знаходячись територіально близько до значної кількості платоспроможних туристів із США та Канади.

Схожа тенденція характерна й для Таїланду (6,6%), котрий поєднує високий рівень сервісу та наявність бюджетних пропозицій. Окремо варто виділити США, значне збільшення туристичних потоків у межах котрих (4,74%) зумовлене високою часткою внутрішнього туризму у цій державі (понад 72%).

Прогнозується значне зростання доходу від наданих туристичних послуг, котре у перспективі продемонструють усі провідні туристичні центри світу (від 30,1% до 2,47 раз) (рис. 3.3.).



**Рис. 3.3. Моделювання обсягу доходу від наданих туристичних послуг провідних туристичних держав світу, млрд. дол. США**

\*Джерело: сформовано на основі [32].

Найбільше зростання у абсолютному відношенні прогнозується для США (із 110,7 до 210,6 млрд. дол. США щорічно), проте у відсотковому відношенні найвищі показники демонструватимуть Китай (у 2,47 раз), Туреччина та Мексика (зростання у 2,35 рази), що спричиниться

поєднанням зростання рівня доходу громадян вказаних держав та частки внутрішнього туризму.

Із будь-якої ситуації є низка варіантів виходу, прикладом яких на глобальному туристичному ринку став розвиток онлайн туризму.

Січень 2023 року ознаменувався початком розробки технології для переходу більшості сфер життя у віртуальну реальність. Автором технології є компанія Meta, раніше відома як Facebook [21].

Згідно бачення власника Meta Марка Цукерберга у найближчому майбутньому увесь світ здійснить перехід у віртуальну реальність й неодмінним атрибутом віртуального туризму стане застосування віртуальних окулярів.

На жаль, у процесі перспективного аналізу туризму на найближчі роки, дослідниками ототожнюються поняття віртуальної та доповненої реальності. Їхня принципова відмінність полягає у тому, що віртуальна реальність конструює новий штучний світ, у той час як доповнена реальність полягає у внесенні окремих штучних елементів у сприйняття реального світу.

Технологія віртуальної реальності (VR, virtual reality, VR або штучна реальність) є створеним технічними засобами світом, котрий передається туристам завдяки органам відчуття: зору, слуху, дотику та іншим. Завдяки віртуальній реальності імітується як вплив, так й реакції на вплив. Для формування переконливого комплексу відчуття реальності здійснюється комп'ютерний синтез властивостей та реакцій віртуальної реальності, що проводиться в реальному часі.

Технологія доповненої реальності у туризмі (анг. augmented reality, скорочено - AR) є доповненням фізичного світу при допомозі цифрових даних, котре забезпечується сукупністю комп'ютерних пристроїв (смартфонів, планшетів чи окулярів AR) у режимі реального часу.

В наш час туристи здійснюють подорожі в епоху багатоканального світу із безліччю підключених пристроїв та додатків. Доступ до так званого

тревел контенту може бути відкритим чи фрагментованим відповідно до уподобань туристів.

Безмежна сфокусованість та лояльність до певних брендів чи місць відпочинку стали пережитками минулого. У випадку застосування віртуальної реальності вибір місць відпочинку, котрі знаходяться на «відстані» одного кліку збільшуватиметься щомісячно.

Технології також застосовуються з метою персоналізації подорожей. Один із поширених шляхів підвищення лояльності мандрівників та стимулювання повторних покупок є введення персоніфікованого підходу до потреб та уподобань туристів.

Персоналізація працює виключно у тих випадках, при яких дані можуть бути зібрані у повному обсязі, після цього - проаналізовані і оброблені. Таким чином, для певного клієнта відображається саме “правильний”, релевантний відносно нього продукт.

Розвиток туризму в наш час ознаменувався пріоритетністю моральної і фізичної регенерації, що пов'язують із станом подорожі та відпочинку.

Відмінністю сучасного покоління туристів від попередніх є їхня активна залученість до процесу подорожей, оскільки щорічні подорожі і відпочинковий туризм сприяють відновленню морального стану людини (вказаний ефект є характерним навіть для активного типу туризму), внаслідок чого працівники у подальшому демонструватимуть вищу продуктивність і мотивацію праці, що у власну чергу сприятиме зростанню показників функціонування як світової, так і вітчизняної економік.

На даний час спостерігається тенденція до індивідуального туризму. Сформовано безліч платформ і додатків завдяки котрим споживачі самостійно без жодних труднощів здатні забронювати власне місце зупинки, базування, купити білети на авіатранспорт, оплатити екскурсію та власними силами побудувати самостійний маршрут не здійснюючи переплату за послуги. Це зумовлює інтерес до формування віртуальних турфірм, або, як варіант - переходу у мережу інтернет вже діючих, котрі б

пропонували послуги і контактували із клієнтом на відстані без необхідності відвідин офісу.

Сучасні споживачі туристичних послуг є дуже прискіпливими до якості поданих послуг а також якості проведеного ще до відправлення у мандрівку обслуговування, сучасні споживачі дуже дорожать власним часом, тож перехід у світ інтернет-середовища має значну перспективу, оскільки він активізує процес надання послуг та їх купівлі, при цьому максимально враховуючи діючі карантинні обмеження.

### **3.2 Перспективні напрямки впровадження інноваційних видів туризму в післявоєнній Україні із урахуванням досвіду держав ЄС.**

У період після здобуття нашою державою незалежності в 1991 році сфера туризму України демонструвала позитивну динаміку, що ввело її в перелік найбільш перспективних галузей економіки.

Частка туризму у функціонуванні економіки України є певним чином дискусійною. Згідно різних оцінок вона варіюється у межах 4,1-8,0% від ВВП. Міжнародними структурами (Всесвітньою туристичною організацією ООН, ЮНВТО) визначено цей показник на рівні понад 9% ВВП нашої держави. Для нашої держави є більш популярним внутрішній туризм та також внутрішня складова виїзного туризму. В'їзний потік закордонних туристів займає невелику частку від сумарного обсягу національного туризму. Переважна більшість українців (67%) до початку воєнних дій проводили відпустку у межах держави, і тільки третина (33%) - поза межами [21].

Перші тенденції до зниження активності як внутрішнього, так і зовнішнього туризму проявились у 2014 році, що пов'язано як із падінням рівня життя громадян України, так і з безпековими аспектами пов'язаними із окупацією Російською Федерацією Автономної республіки Крим і окремих територій Донецької та Луганської областей, що по факту свідчило про розв'язання загарбницької російсько-української війни.



У зв'язку із карантинними обмеженнями, виїзний туризм у нашій державі протягом 2020-2021 років скоротився на понад 60%. Падіння в'їзного складо 70% Одразу після введення карантину понад 40% готелів у державі закрилися, решту працювали у надзвичайно обмеженому режимі, втрачаючи до 90% доходу. На час карантину завантаження складало 10-15% [10].

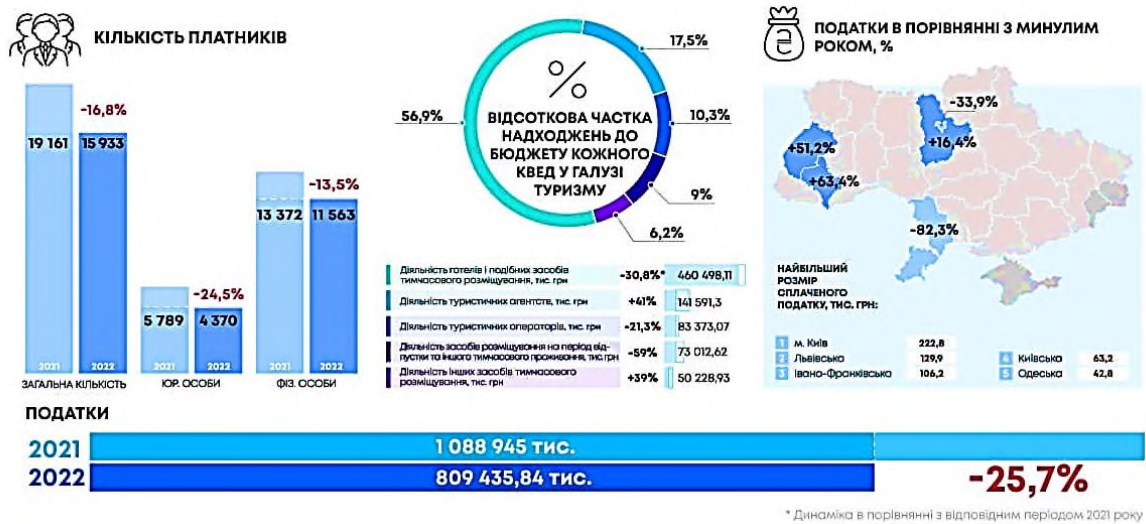
Найбільш болісним викликом для вітчизняної сфери туризму, як і для усієї України загалом, стала повномасштабна агресія Російської Федерації на територію нашої держави, що розпочалась зранку 24 лютого 2022 року.

Такий драматичний розвиток подій відносно загострення російсько-української війни зумовив кардинальне зменшення, а у окремих регіонах - повну зупинку, туристичних потоків, котре у власну чергу поглибило дефіцит державного бюджету України.

Варто зауважити, що на сферу туризму, котра і так лише почала набирати обсягів після складного періоду протипандемічних обмежень, війна здійснила значний негативний вплив ще до настання 24 лютого.

Першим вагомим сигналом для туристів стала відмова більшості західних перевізників від здійснення рейсів в Україну. Наступним кроком стала занепокоєність, а у подальшому - заборона авіаційних страхових компаній здійснювати перельоти територією України.

Протягом воєнного 2022 року державний бюджет втратив понад 30% податкових надходжень від сфери туризму. Через військові дії Росії проти України сума туристичного збору протягом 2022 року становила близько 178,9 мільйонів гривень, що на понад 25% менше, ніж протягом "коронавірусного" 2021 року, коли загальна сума туристичних зборів перевищила 235,4 млн грн. Кількість компаній у сфері туризму зменшилася на 24,5%, підприємців - на 13,5% (рис. 3.4.).



**Рис.3.4. Обсяг сплачених податків підприємств сфери туризму за перше півріччя 2021-2022 рр.**

\* Джерело: сформовано на основі [19].

За результатами першого року війни падіння зафіксовано у 14 областях України. У переважній більшості це регіони, котрі перебували чи перебувають у зоні бойових дій і є тимчасово окупованими.

Варто виділити, що кількість візитів іноземних громадян у нашу державу відносно 2021 року знизилася у понад вдвічі - із 4 млн у 2021-му році до 2 млн у 2022 р. Необхідно зазначити, що у цій кількості частка туристів була незначною, понад 90% відвідувачів нашої держави склали офіційні особи, делегати, представники різноманітних міжнародних організацій, іноземці, котрі надавали гуманітарну допомогу, волонтери, та журналісти. Туризм у класичному виді зупинився, як і певним чином - виїзний туризм, оскільки у даному випадку йдеться про 80% скорочення.

Утім, певним чином вдалось зберегти функціонування внутрішнього туризму, хоча падіння кількості туристів, доходів та відрахувань було двократним.

Станом та весну 2023 року туризм у нашій державі не лише зберігся як галузь економіки, але й продовжує наповнювати бюджет України за рахунок податкових надходжень. Деякі оператори навіть збільшили кількість клієнтів.

Найбільшу частку надходжень державний бюджет отримав від сплати податкових зборів готелями і санаторіями - понад 461 млн грн. Проте, ця сума знизилась на 30% відносно 2021 року.

Пансіонати і гуртожитки, котрі стали найбільш поширеним прихистком для біженців, котрі покидали зони бойових дій, сплатили податків на понад 39% більше відносно 2021 року.

Найбільших втрат протягом воєнного 2022 року зазнали туристичні бази, кемпінги та дитячі табори. Ними сплачено на 59% менше податкових зборів, а саме - 73 мільйони гривень проти 178 мільйонів гривень за аналогічний період 2021 року.

Найбільше зростання продемонстровано туристичними агентствами, котрі принесли до державного бюджету на понад 41% відрахувань більше. Аналітики пояснюють вказані показники тим, що до аналізованого періоду увійшли січень і лютий, коли громадяни України активно здійснювали ранні бронювання.

Протягом 2022 року зафіксовано наступні тенденції зростання (падіння) податків від туризму:

Івано-Франківська область - приріст на 63%;

Львівська область - приріст на 51%;

Київська область - падіння на 16%;

Київ - падіння на 34%;

Одеська область - падіння на 82,3% [19].

У той же час, в межах західних й, частково, центральних областях приймали здебільшого українців, котрі покинути власні домівки через наближення військових дій.

На процес відновлення сфери туризму у повоєнний період необхідно залучити колосальні капітальні інвестиції і активно інтегруватись у міжнародні туристичні потоки, щоб максимально швидко відновити й відбудувати туристичну інфраструктуру.

Враховуючи досвід держав, котрі пройшли шлях відбудови після

воєн, наша держава матиме значні перспективи відновлення сфери туризму, появи та поширення його нових видів, пов'язаних із військовими діями, котрі відбувались, а також пам'яттю усіх постраждалих у війні [13].

З метою розвитку воєнного туризму окрім об'єктів, котрі утворились за час російсько-української війни, котра фактично триває ще із 2014 року, є низка об'єктів, котрі збереглись ще із часів Другої світової війни.

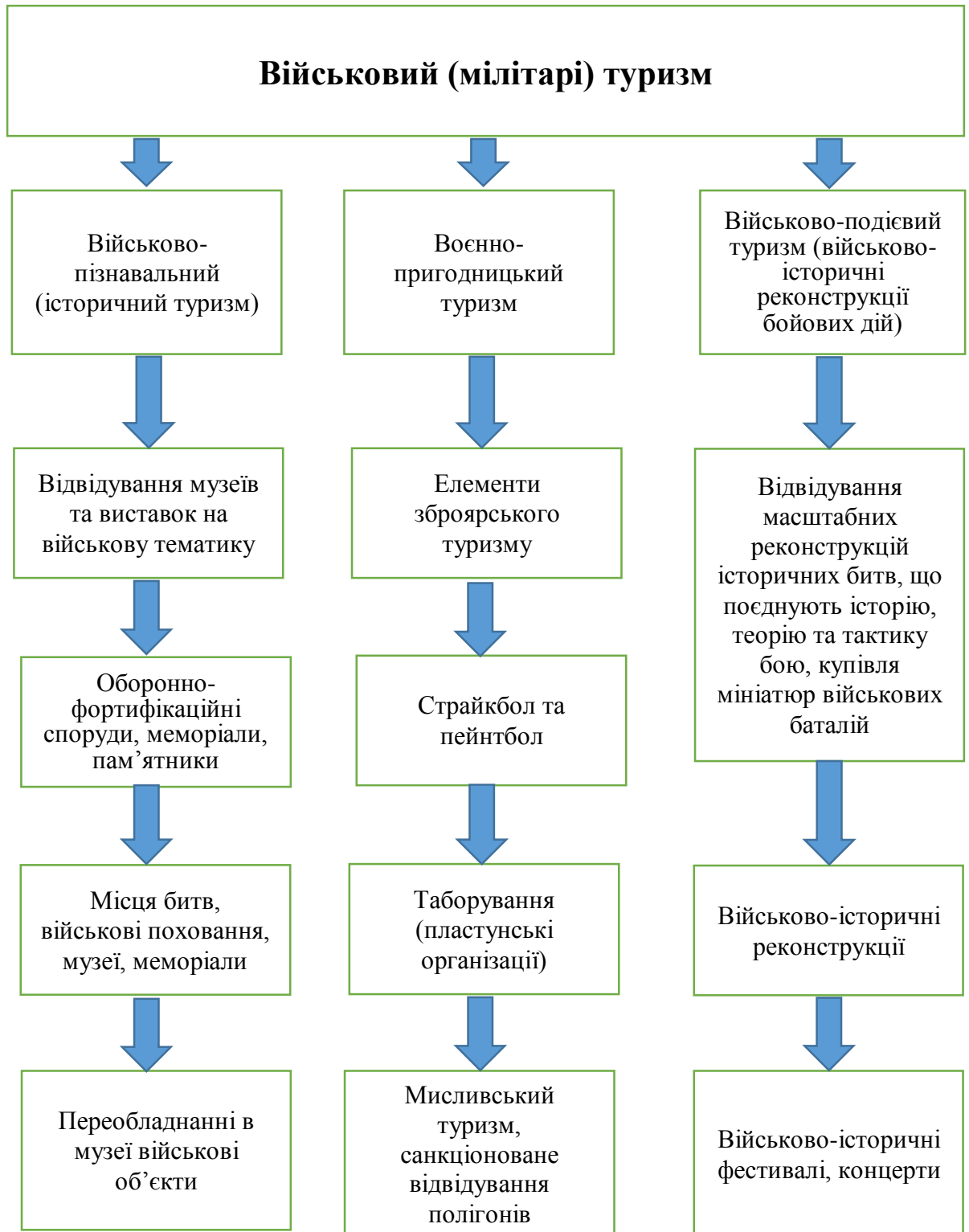
На поточному етапі розвитку воєнних дій на території України, на жаль, продовжують формуватися ресурси, котрі стануть основою для поширення воєнного туризму у майбутньому. Повномасштабне вторгнення РФ на нашу територію спричинило масштабні руйнування міст і сіл, спричинило створення комплексу оборонних споруд, формування певних ландшафтних утворень у процесі проведення активних бойових дій (вибухи, випалювання та затоплення), решток зруйнованої зброї і масштабних поховань постраждалих, котрі викликають природне бажання вшанувати усіх постраждалих у війні мирних жителів [14].

На жаль, в туризмознавстві немає єдиного підходу відносно визначення воєнного (мілітарного) туризму, класифікації його основних підвидів і визначення ресурсного потенціалу, котрий стане основою його забезпечення.

У той час, як західноєвропейські вчені у власних дослідженнях розглядають військовий туризм у якості "туризму військової спадщини" (military heritage tourism) - подорожей, досліджень чи участі у відвідуваннях об'єктів військової спадщини або військових заходів, котрі мають вагомий історичне значення, резонанс або інтерес для відвідувачів чи туристів не передбачаючи винагороди, низка американських вчених (М. Храсовскі і К. Ноерес) досліджуючи військовий туризм виділяють наступні складові вказаного типу туризму: ознайомлення із військовим обладнанням (розглядається як сегмент саме пригодницького туризму), концентрація на історичних подіях (розглядається як освітній сегмент туризму) [28].

На основі опрацьованих методологічних підходів до визначення

військового туризму нами подано перспективну класифікацію військового (мілітарі) туризму (рис. 3.5.) [18].



**Рис. 3.5. Перспективна класифікація військового (мілітарі) туризму.**

Очевидно, що організація вказаних видів військового туризму вимагатиме значних та різнорідних ресурсів, необхідних для відновлення

економіки України. Тому, із урахуванням активних воєнних дій, котрі на даний час відбуваються на значній території нашої держави, що супроводжуються жахливими масовими руйнуваннями населених міст та сіл, масовими похованнями мирного населення та військових, котрі боронили нашу державу, створенням оборонних споруди, у повоєнний період із економічного та морально-етичного погляду пріоритетним є розвиток саме воєнно-історичного туризму, котрий демонструватиме світу злочини Російської Федерації та героїзм українських військових.

Неможливо оминати важливість створення меморіальних комплексів, як шляхів вшанування пам'яті загиблих мирних жителів, демонстрації страшних наслідків війни і масовості несправедливого вбивства. Формування вказаних меморіальних комплексів у постраждалих містах типу Бучі, Ірпеня, Бородянки, Гостомеля, Охтирки, Ізюму, Маріуполя й інших населених пунктах демонструватиме світу жорстокість війни та застерігатиме людство від подальших наслідків ескалації авторитарних режимів у регіонах світу. Необхідно враховувати, що вагома частка громадян України на даний ще знаходиться під окупацією Росії, тому достеменних даних відносно постраждалого населення немає, що, на жаль, демонструє що кількість постраждалих населених пунктів може зростати.

Військово-історичний туризм тісно кореспондується із туризмом пам'яті, оскільки ґрунтується вшануванні пам'яті усіх постраждалих а також подій, котрі відбувались на певній території. Розвиток військово-історичного туризму і туризму пам'яті необхідно здійснювати у комплексі, що сприятиме більш детальному вивченню усіх подій й залученню максимального числа туристів.

З метою сприяння розвитку вказаних видів туризму у післявійськовий період необхідно виділити напрямки державної підтримки, котрі сприятимуть цьому процесу:

1. підтримка розвитку військово-історичного туризму;
2. залучення закордонних інвесторів (у т.ч. - із держав, що пережили

військові дії);

3. впровадження методів Інтернет-технологій задля поширення інформації щодо нових об'єктів військово-історичного туризму пам'яті, котре сприятиме збільшенню обізнаності закордонних туристів;

4. формування оптимального співвідношення “ціна-якість” на ринку туристичних продуктів, котре відіграватиме значну роль у популяризації військово-історичного туризму;

5. формування та популяризація маршрутів пам'яті, котрі включатимуть низку об'єктів військово-історичного туризму;

6. Здійснення на території об'єктів військово-історичного туризму масових заходів, присвячених пам'яті про військові звитяги, спрямовані на подальше патріотичне виховання підростаючого покоління.

Для здійснення комплексу запропонованих заходів, необхідно використати досвід держав Євросоюзу, у першу чергу - у сфері інноваційних напрямків туризму, серед котрих виділяється віртуальний (VR) туризм.

Наведений вид туризму є універсальним у використанні та задіянні навіть на етапі проектування туристичних маршрутів повоєнної України. З метою відновлення і продовження популяризації України, її визначних пам'яток і визначних туристично-рекреаційних місць за межами держави, для відновлення функціонування туристичної сфери VR-туризм у сьогоdnішніх реаліях є максимально доцільним. Використання технологій віртуальної реальності необхідне не лише для здійснення туристичної діяльності, але й розповсюдження правди про наслідки війни, котра наразі відбувається у нашій державі. Оптимальним прикладом вважаємо розроблену віртуальну екскурсію “Стежками загублених мрій”, що здійснюється звільненими містами України у вигляді маленького віртуального туру із дистанційним керуванням завдяки спеціальному додатку.

Адресною аудиторією наведеної екскурсії вважаються закордонні

туристи, із будь-яких куточків світу, котрі досягли повноліття та розуміють українську чи англійську мови (оскільки перед входом до екскурсійного приміщення необхідно відмітити мову здійснення екскурсії). Тематика екскурсії - військова. Повна тривалість екскурсії - близько години.

Характерно, що вхід у додаток є платним із можливістю оплатити продовження екскурсії. При цьому понад 20% оплачених коштів переводяться на закупівлю техніки для ЗСУ.

Під час розробки поданої екскурсії необхідно пройти низку етапів, котрі містять певну послідовність:

#### 1. Визначення завдання екскурсії.

Метою екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” є інформування максимальної кількості іноземців про героїзм українських військових та реальні військові злочини, вчинені Російською Федерацією. Екскурсія належить до сфери військово-пізнавального туризму. Будь-які розважальні елементи - виключені. Місця екскурсії - Гостомель, Ізюм, Ірпінь, Буча, Харків, виставка ворожої техніки у Києві.

Завданням екскурсії “Стежками зруйнованих мрій” є розширення інформативних знань щодо об’єктів й населених пунктів Північної України в реальному часі.

#### 2. Тематика екскурсії.

Тематикою екскурсії “Стежками зруйнованих мрій” є війна Російської Федерації проти України.

#### 3. Опрацювання літератури та складання бібліографії.

За час формування нової екскурсії здійснюється ретельний відбір джерел інформації, серед котрих - книги, брошури, словесні свідчення, інтернет матеріали й інше. Після вивчення й обробки цих матеріалів створюється індивідуальний текст й формується розповідь екскурсовода.

#### 4. Відбір та аналіз екскурсійних об’єктів.

Пропонованими об’єктами віртуальної екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” стануть:



1. Демонстрація зруйнованої військової техніки у місті Києві;
2. Місто Ізюм;
3. Місто Конотоп;
4. Місто Харків;
5. Місто Буча.

Завершення відбору об'єктів зумовлює перехід до формування маршруту екскурсії.

6. Формування маршруту екскурсії.

Вважаємо маршрут екскурсії історико-тематичним. Маршрут прокладено за тематичним принципом, котрий розкриває у повному об'ємі тему війни у житті населеного пункту.

7. Формування технологічної карти планованої екскурсії.

8. Укладання технологічної частини, зокрема - розроблення спеціального додатку для смартфона.

При допомозі додатку екскурсанти можуть обрати й побудувати оригінальний маршрут у межах обраних населених пунктів, завдяки VR пристроям вони одержать враження прямого перебування у населених пунктах у реальному часі. Вказана екскурсія надасть змогу розширити та вдосконалити інформативне поле щодо тематики війни у нашій державі. У майбутньому список населених пунктів буде розширюватись, змінюватиметься тематика.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. З метою комплексного дослідження теоретичних основ сутності інновацій у сфері туризму сформовано термінологію туризму, розглянуто види туристичних послуг та їх ключові відмінності. Виявлено, що ключовим напрямком інноваційної діяльності у туристичній сфері є формування нового, або модифікація наявного продукту, що проявляється у вдосконаленні транспортних, готельних чи інших послуг, формуванні нових ринків, упровадженні інформаційних та телекомунікаційних технологій, новітніх форм організаційно-управлінської діяльності.

2. Поширення захворюваності на COVID-19 державах ЄС набуло масштабності з початком лютого 2020 року, що призвело до падіння усіх показників функціонування економіки держав Євросоюзу. Найбільш постраждали ті держави, у котрих туризм складав значну частку ВВП.

Внаслідок закриття більшості транспортних шляхів і внутрішніх перевезень, скорочення окремих маршрутів на значний проміжок часу обсяг виручки більшості готелів ЄС становив 15-20% докризового рівня. Протягом першого півріччя пандемії туристичний потік в Європейському Союзі знизився на понад 68%, що зумовило втрати туристичним сектором понад 1 млрд. євро прибутків. Обсяг усього сектору послуг у державах Євросоюзу скоротився на 16,5%, у той же час як сектор саме туристичних послуг скоротився на 75,2%. Найбільш динамічне падіння діяльності спостерігалось у туристичних агенціях і туристичних операторів (-83,6%), авіаційному сполученні (-75,8%), тимчасовому розміщенні подорожуючих (-66,4%) і ресторанному бізнесі (-39,4%).

3. У регіональному розрізі більшість збитків перших місяців пандемії припало на сферу туризму Італії (-96%), Хорватії (-86%), Кіпру (-78%) і Франції (-70%). Туристичні підприємства Іспанії (-51%), Румунії і Словенії (-56% кожна) змогли частково адаптуватись до загроз, проте також відчули значний вплив пандемії COVID-19.

4. Аналіз показників функціонування сфери туризму Європейського Союзу протягом 2019-2021 років демонструє її часткову адаптацію до умов карантинних обмежень. Зокрема, зафіксовано зростання кількості подорожуючих (на 19,2%). Проте, вважаємо це незначним за обсягом відновленням, оскільки сумарна кількість туристів у державах ЄС досягла лише 28,2% від показника доковідного періоду.

5. У рамках дипломного дослідження нами представлено оцінку впливу пандемії COVID-19 на показники функціонування галузі туризму 31 держави Європейського Союзу. Зафіксовано, що у відсотковому відношенні протягом 2020-2021 років найбільш критичного падіння чисельності туристів зазнала Португалія (-81,03%), Республіка Іспанія (-77,13%), Греція (-76,47%) та Федеративна Республіка Німеччина (-71,13%). Водночас, низка держав, котрі зазнали найбільших втрат у перші місяці пандемії, зуміли адаптуватись та дещо скоротити втрати галузі у 2021 році: Італія (-60,34%), Хорватія (-69,24%) та Франція (-55,88%).

6. Виявлено, що одним із ключових чинників зниження потоку туристів в період пандемії стала неможливість здійснення масових туристичних подій та заходів (у зв'язку із заборонаю на скупчення туристів), що сприяло активному впровадженню інноваційних видів туризму у державах ЄС.

7. Зафіксовано, що для держав Європейського союзу характерні як національні види інноваційного туризму (бекпекер-туризм у ФРН, дарк-туризм в Румунії, повільний туризм у Греції), так й універсальні моделі інноваційного туризму - із провадженням елементів віртуальної та доповненої реальності.

8. Моделювання розвитку сфери світового туризму демонструє значне зростання показників як чисельності прибулих туристів так і обсягу доходу від наданих туристичних послуг у розрізі усіх провідних туристичних держав світу. У цьому контексті варто зауважити тенденцію до зміщення світових центрів туризму у напрямку Центральної Америки та Південно-

Східної Азії.

9. Протягом усього періоду незалежності України, сфера туризму демонструвала стійку тенденцію до зростання. На жаль, низка чинників, а саме – окупація частини територій у 2014 році, карантинні обмеження 2020-2021 років та повномасштабна агресія Російської Федерації на територію нашої держави зумовив кардинальне зменшення, а у окремих регіонах - повну зупинку, туристичних потоків. Загальна сума туристичного збору протягом 2022 року знизилась на понад 25%. Кількість компаній у сфері туризму зменшилася на 24,5%, підприємців - на 13,5%. Кількість візитів іноземних громадян знизилася у понад вдвічі до 2 мл. Осіб, із котрих понад 90% є офіційними особами, делегатами, представниками міжнародних організацій.

10. На основі врахування досвіду держав, котрі пройшли шлях відбудови після воєн, подано перспективну класифікацію військового (мілітарі) туризму розвиток котрого стане поштовхом для відновлення вітчизняної сфери туризму, демонструватиме світу злочини Російської Федерації та героїзм українських військових.

11.3 метою сприяння розвитку вказаних видів туризму у післявійськовий період подано напрямки державної підтримки, котрі сприятимуть цьому процесу.

12. Завдяки використанню досвід держав Євросоюзу, у першу чергу - у сфері інноваційних напрямків туризму ( у т.ч. - віртуального туризму) розроблено віртуальну екскурсію “Стежками загублених мрій”, що здійснюватиметься звільненими містами України у вигляді маленького віртуального туру із дистанційним керуванням завдяки спеціальному додатку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Верланов Ю. Фінансово-економічний механізм та інструменти політики туризму в Україні / Ю. Верланов // Наукові праці ЧДУ ім. Петра Могили. Том 38. - Випуск 25. - 2015. - С. 76-85.
2. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://tourlib.net/stattiukr/garbera5.htm>
3. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. - Одеса: Астропринт, 2013. - 334 с.
4. Гонки з биками в Памплоні скасовано. Іспанія бореться з четвертою хвилею пандемії. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [https://www-polsatnews-pl.translate.google.com/wiadomosc/2021-04-26/odwolano-gonitwy-bykow](https://www-polsatnews-pl.translate.google.com/translate/g/lookup_public_domains/https://www-polsatnews-pl.translate.google.com/wiadomosc/2021-04-26/odwolano-gonitwy-bykow).
5. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (Серія «Економіка»). 2015. № 7 (172). С. 65-69.
6. ЄС вперше оприлюднив мапу-орієнтир для "коронавірусних" обмежень перетину кордонів у Європі. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2020/10/16/7115427/>
7. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 року №324/95-ВР / [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
8. Інноваційні види туризму. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/4\\_2022/10.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2022/10.pdf)
9. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-tourism/3090351\\_karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html](https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-tourism/3090351_karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html)
10. Куди подорожували найчастіше українці, звідки прибували іноземці. [Електронний ресурс] / Режим доступу :

<https://dpsu.gov.ua/ua/news/2021-y-kudi-podorozhuvali-naychastishe-ukrainci-zvidki-pribuvali-inozemci/>

11. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. -К.: Альтерпрес, 2015. - 436 с

12. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території Монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2021. 176 с.

13. Музейний портал. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://museum-portal.com/ua/museum/natsionalniy-dendrologichniy-park-sofiyivka>

14. Музеї України просто неба. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ua/>

15. Новиков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.С. Новиков. К.: Видавничий центр «Академія», 2017- 208с.

16. Повільний туризм - чому вам варто спробувати новий тренд. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://vesti.ua/uk/lite-uk/tourism-uk/medlennyj-turizm-pochemu-vam-stoit-poprobovat-novyj-trend>

17. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. №40- IV. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

18. Скасовано. Через коронавірус у світі не відбудуться десятки масових заходів. URL: <https://suspilne.media/17195-skasovano-cerez-koronavirus-u-sviti-ne-vidbudutsa-desatki-masovih-zahodiv/>

19. Туризм: інноваційні рішення та прогнози. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://sfn.gov.ua/turizm-innovacijni-rishennya-ta-prognozi/>

20. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. - К.: Центр навчальної літератури, 2017. - 312 с.

21. Чого хоче Цукерберг, просуваючи свій «Метасвіт». [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/choho-khoche-tsukerberh-prosuvayuchy-sviy-metasvit/31540177.html>

22. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС

та український реалії. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://eap-csflorg.ua/wp-content/uploads/2020/12/covid-19-ta-sotsialniy-dialog-v-turistichniy-galuzi-praktika-yes-ta-ukrayinski-realiyi.pdf>

23. COVID - карта Європи [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/05/2/7316041/>

24. COVID-19 is a ticking time bomb for Europe's tourism industry. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.eesc.europa.eu/en/newsmedia/news/covid-19-ticking-time-bomb-europes-tourismindustry-says-eesc>

25. European countries with the highest number of international tourist arrivals in 2019 and 2022. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/261729/countries-in-europe-ranked-by-international-tourist-arrivals/>

26. European Tourism. Trends & Prospects 2022. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://etc-corporate.org/uploads/2022/07/ETC-QuarterlyReport-Q2-2020-Final-Public.pdf>

27. Jobs at risk: coronavirus impact on EU tourism sector. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.cedefop.europa.eu/en/news/jobs-risk-coronavirus-impact-eu-tourism-sector>

28. Hrusovsky M., Noeres, K. Military Tourism // The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism. Wiesbaden: Gabler, 2011. pp.87-94.

29. OECD. Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses: Updated 15July2022. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>

30. Slow Tourism Experience: an Innovative Approach for Sustainable Tourism development. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.semanticscholar.org/paper/>

31. SpaceX launches its first private crewed mission to space.

[Электронный ресурс] / Режим доступа:  
[https://www.theverge.com/2021/9/15/22675793/s-first-all-civilian-private-crew?utm\\_source=ixbtcom](https://www.theverge.com/2021/9/15/22675793/s-first-all-civilian-private-crew?utm_source=ixbtcom)

32. The EU helps reboot Europe's tourism | European Commission.  
 [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/travel-during-coronaviruspandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism\\_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/travel-during-coronaviruspandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism_en)

33. Tourism and transport: Commission's guidance on how to safely resume travel and reboot Europe's tourism in 2020 and beyond. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_20\\_854](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_854)

34. Tourism grows 4% in 2022 but remains far below pre-pandemic levels.  
 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

35. Tourism services down by 75% in June compared with February.  
 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200904-2>