

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри**

_____ **Дудник І.М.**
« ____ » _____ 2022 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**COVID-19 ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В
КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

**Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу групи Т-413 Демченко Оксана
Олександрівна**

**Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства Ткачук Леоніла Миколаївна**

Нормоконтролер: _____
(підпис)

**Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)**

КИЇВ – 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М

«_____» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Демченко Оксана Олександрівна (П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «COVID-19 як чинник розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу» затверджена наказом ректора № 400 /ст від «19» квітня 2022 р.

2. Термін виконання роботи: з «16» травня 2022 р. по «19» червня 2022 р.

3. Вихідні дані роботи: при написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, дані офіційної статистики країн Європейського Союзу, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблематику COVID-19, та пандемію як чинник розвитку інноваційних видів туризму, Електронні ресурси – мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади дослідження інноваційних видів туризму

РОЗДІЛ 2. Аналіз впливу пандемії COVID-19 на туризм у країнах Європейського Союзу

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективні напрями розвитку туризму у Європейського Союзу в умовах пандемії COVID-19: досвід для України

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис.1.4. Види туризму, Рис 1.5. Класифікація інновацій в туристичній індустрії, Рис.2.1. Карта розповсюдження пандемії в країнах Європи станом на початок грудня 2021 року, Рис.2.2. Карта розповсюдження пандемії в країнах Європи станом на кінець жовтня 2021 року, Рис.2.4. Міжнародні туристичні прибуття 2019-2020 рік

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	02.05 - 06.05 2022 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	07.05 – 08.05 2022 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ туризму та його інноваційних видів. Написати перший розділ.	09.05 - 15.05 2022 р.	Виконано
4.	Розкрити роль COVID-19 у туризмі країн Європейського Союзу, його вплив на виникнення інноваційних видів туризму. Написати другий розділ роботи.	16.05 - 25.05 2022 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку впровадження інноваційних видів туризму. Написати третій розділ роботи та висновки	26.05 - 31.05. 2022 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	01.06 - 05.06 2022 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	06.06 - 09.06 2022 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	10.06 - 12.06. 2022 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.		

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2022 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Ткачук Л.М.
(підпис керівника) (П.І.Б.)
Завдання прийняв до виконання _____ Демченко О.О.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «COVID-19 як чинник розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу»: 81 сторінку, 13 рисунків, 5 таблиць, 48 використаних літературних джерел та 1 додаток.

Об’єкт дослідження – туристична система країн Європейського Союзу,

Предмет дослідження – інноваційні види туризму як провідний напрямок функціонування туристичної системи у період поширення пандемії COVID-19

Мета дослідження – дослідити вплив COVID-19 на розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу

Методи дослідження. Були використані методи: узагальнення, аналізу, порівняння, факторного аналізу, статистичний метод теоретичного матеріалу

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних та іноземних вчених, статистичні дані сайтів Statista та UNWTO, Інтернет-ресурси туристичних сайтів європейських країн.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні нових статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел 2019-2021 років написання, дослідженні впливу пандемії на стан туристичної сфери країн Європейського Союзу, та COVID-19 як чинник виникнення інноваційних видів туризму, їх особливостей, проблем та перспектив розвитку. Статистичні дані, графіки, таблиці та діаграми можна використовувати як навчальний матеріал. Готовий тур «Стежками зруйнованих мрій» є повністю реальним та достовірним, так як він розроблений на основі власного досвіду подорожування Україною.

ПАНДЕМІЯ, COVID-19, ІННОВАЦІЇ, ІННОВАЦІЙНІ ВИДИ ТУРИЗМУ, ПЕРСПЕКТИВИ, ВІРТУАЛІЗАЦІЯ, VR, 3D РЕАЛЬНІСТЬ

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ	10
1.1 Суть і значення туризму у сучасному світі.....	10
1.2 Види туризму та їх відмінності.....	14
1.3 Іноноваційні види туризму та їх роль в сучасному туризмі.....	19
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ТУРИЗМ В КРАЇНАХ ЄС	26
2.1 Туристична сектор у країнах ЄС у період пандемії COVID-19.....	26
2.2 Регіональні особливості впливу пандемії COVID-19 на туризм у країнах ЄС.....	35
2.3 Іноноваційні види туризму, що розвиваються у країнах ЄС у період поширення COVID-19.....	39
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ЄС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	54
3.1 Перспективи розвитку іноноваційних видів туристичної діяльності як відповідь на виклики пандемії COVID-19.....	54
3.2 Актуальні напрями упровадження іноноваційних видів туризму в Україні за досвідом країн ЄС.....	64
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Темою моєї роботи є COVID-19 як чинник розвитку інноваційних видів туризму в країнах ЄС.

Актуальність теми цієї роботи полягає у тому, що тема пандемії тісно пов'язана зі сферою туризму, вона стала причиною найбільшого спаду показників у цій галуззі і досі COVID-19 створює деякі труднощі і потребує обмежень, які напряму стосуються споживачів туристичного продукту. З кожним роком туризм набуває ширшого значення, з'являються нові види і напрямки, туристичні агенції дивують різноманіттям пропозицій, споживачі все більше набувають потреби у подорожі та нових відчуттів, для набуття вражень та відпочинку від міського життя.

Туристична сфера не стоїть на місці, виникають нові технології, створюються нові механізми для полегшення роботи за урізноманітнення туристичного продукту. Тенденція спирається на розвиток та поширення інформаційного простору, перехід у світ інтернету та штучного інтелекту. Інноваційні види туризму займають провідну роль. Для того, щоб йти в ногу з сучасністю, фахівці даної галузі зобов'язані вигадувати, створювати, щось нове. Або ж самі новітні технології диктують правила для створення продукту.

Сучасний споживач є досить перебірливим, він має широкий вибір як туристичних компаній, так і туристичних продуктів, тому компанії завжди потрібно мати, щось запропонувати щоб воно не було схожим на інших. Як світ технологій, так і світ туристичної галузі не стоїть на місці і під впливом макро і мікро чинників має стимул створювати щось нове. Через набуття масштабності і виникнення нових технологій виникають інноваційні види туризму.

Прикладом такого макро чинника став COVID-19, в результаті розповсюдження пандемії по всьому світу в туристичній сфері виникли

інноваційні види та технології для утримання споживачів і продовження роботи цієї сфери.

Зокрема питанням інновацій займалися такі вітчизняні та іноземні науковці, як: Ткачук Л.М., Сайчук В.С., Новиков В.С., Давидова О.Г., Власова Н.М., Смирнова В.В., Семенченко Н.Ю, Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та інші.

Об'єкт дослідження: туристична система країн Європейського Союзу,

Предмет дослідження: інноваційні види туризму як провідний напрямок функціонування туристичної системи у період поширення пандемії COVID-19

Мета дипломної роботи: дослідити вплив COVID-19 на розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу

На основі мети сформульовано такі **завдання:**

- Визначити теоретико-методичні засади дослідження інноваційних видів туризму
- Дослідити суть і значення туризму у сучасному світі, види туризму та їх відмінності
- Розкрити роль інноваційних видів туризму в сучасному туризмі
- Проаналізувати вплив пандемії COVID-19 на туризм у країнах Європейського Союзу
- Означити туристичний сектор у країнах ЄС у період пандемії COVID-19
- Схарактеризувати регіональні особливості впливу пандемії COVID-19 на туризм у країнах ЄС
- Порівняти інноваційні види туризму, що розвиваються у країнах ЄС у період поширення COVID-19
- Сформулювати проблеми та перспективні напрями розвитку туризму у країнах Європейського Союзу в умовах пандемії COVID-19 та досвід для України, а саме, актуальні напрями упровадження інноваційних видів туризму в Україні за досвідом країн ЄС

Методи дослідження. В ході роботи були використані наступні методи дослідження: узагальнення, аналізу, порівняння, факторного аналізу, статистичний метод теоретичного матеріалу.

У першому розділі розглядаються теоретичні засади дослідження інноваційних видів туризму, розглядається термін інноваційний туризм трактований різними вітчизняними та іноземними науковцями туристичної сфери.

У другому розділі розглядається та аналізується вплив COVID-19 на туризм в країнах Європейського Союзу, наведено статистичні дані, складенно порівняльні таблиці різних країн. Виявлено вплив пандемії, її рівень розповсюдження та масштаби впливу на туристичну сферу, а також виникнення як результату інноваційних видів туризму.

Закріпленням підсумків визначено проблеми та сформовано перспективи подальшого розвитку інноваційних видів туризму у країнах Європейського Союзу та досвід, що можна перейняти для туризму в Україні. У висновку синтезовано результат роботи.

Практичне значення отриманих результатів дослідження. Запропонований тур Україною з використанням інноваційних технологій, та пропозиції що до їх залучення можна в майбутньому використовувати в роботі туристичних підприємств України.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні нових статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел 2019-2021 років написання, дослідженні впливу пандемії на стан туристичної сфери країн Європейського Союзу, та COVID-19 як чинник виникнення інноваційних видів туризму, їх особливостей, проблем та перспектив розвитку. Статистичні дані, графіки, таблиці та діаграми можна використовувати як навчальний матеріал. Готовий тур «Неосяжні шляхи України» є повністю реальним та достовірним, так як він розроблений на основі власного досвіду подорожування Україною.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, нараховує 81 сторінку, 13 рисунків, 5 таблиць та 1 додаток. Список використаних джерел містить 48 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ

1.1 Суть і значення туризму у сучасному світі

Сучасній людині досить важко уявити своє теперішнє життя без подорожей. За статистичними даними прикордонної служби України за 2020 рік за кордон у туристичну подорож з'їздило 11 млн. 250 тис. громадян України [33].

З кожним роком туризм набуває ширшого значення, з'являються нові види і напрямки, туристичні агенції дивують різноманіттям пропозицій, споживачі все більше набувають потреби у подорожі та нових відчуттів, для набуття вражень та відпочинку від міського життя.

Тема моєї дипломної роботи є COVID-19 як чинник розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу. Здійснення подорожі достатньо трудомісткий процес в якому приймають участь багато складових, однією з основ є туристичний пакет, який влючає в себе мінімальний набір обов'язкових елементів необхідних для здійснення подорожі такі, як: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер. (Див. Рис.1.1)

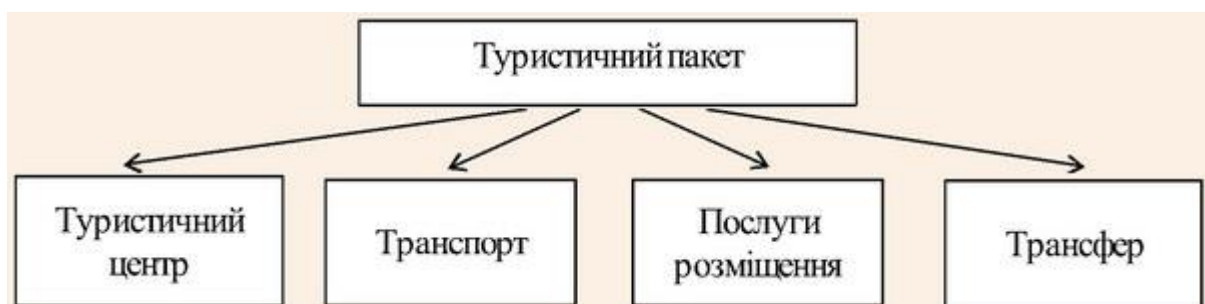


Рис.1.1. Складові туристичного пакету

Джерело: [15]

Для дослідження самої теми перш слід почати з термінологічної основи. Отже, розглянемо більш глибоко сам термін туризм, в чому полягає суть і значення туризму. Термін "туризм" трактується за різними науковцями по різному, порівнюємо сформованні визначення деяких з них.

Наприклад О.М. Шуплат визначає туризм, як багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має значний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, зумовлюючи його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів [31].

В. Хунзикером та К. Крапфом трактує туризм як ряд явищ і взаємин у результаті подорожей людей, доти, доки не призводить до їхнього постійного перебування у визначеному місці і не пов'язане з одержанням ними якої-небудь вигоди (прибутку)[25].

У Законі України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 324/95-ВР: «туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [11].

В. Г. Герасименко, розглядає туризм як галузь економіки нематеріальної сфери, як суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які знаходяться за межами постійного місця проживання [5].

Н.В. Фоменко трактує туризм, як сукупність відносин, зв'язків і явищ, які супроводжують поїздки і перебування людей в місцях, які не є місцями їх постійного або довгострокового проживання і не пов'язаних з їх трудовою діяльністю [30].

За О.О. Бейдиком туризм - це форма масових подорожей та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями [1].

О.О. Любіцева зазначає, що туризм має поліфункціональний характер, і визначає його як мобільну форму споживання й рекреаційної діяльності, що

ґрунтується на доланні простору та пов'язану з територією, характером середовища (не тільки природного, а й соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності) [18, с.13].

За А.В. Антонова та Ю.А. Краснова туризм пов'язаний із рекреацією, тим, що туризму, насамперед належить обов'язковість переміщення людини, за межі місця свого постійного проживання» та характеризують туризм, як форму рекреації (активний вид відпочинку) [17, с. 134].

Отже, проаналізувавши наданні терміни, дійдемо висновку, що туризм - це галузь, яка включає в себе, може перебувати під впливом і має вплив на ряд аспектів, такі як культурні, економічні, політичні, соціальні, кліматичні та інші, має в основі подорож, що триває більше 24 годин і здійснюється за межами звичного місця перебування людини та має на собі різноманіття цілей без здійснення оплачуваної діяльності у місці перебування.

Туризм має свою систему та певну побудову, що можливо представити у вигляді кластеру, він має свої певні складові що в роботі мають свій взаємозв'язок. Такими складовими елементами туристичного кластеру є: галузі постачальників послуг : заклади розміщення (готелі), заклади харчування, засоби переміщення та фундамент туристичного кластера – людські ресурси, інфраструктура, маркетинг, мікро і макро середовище. (див.Рис.1.2)



Рис.1.2. Загальна схема туристичного кластера

Джерело: [2]

Сформувавши і розглянувши термін "туризм" маємо визначену суть цієї галузі, отже сформуємо на основі цього, в чому полягає значення туризму:

- Економічне. Туризм забезпечує 10% ВВП Європейського Союзу, від 2,6% в Словаччині до 25% у Хорватії. (Див. Рис. 1.3) Багато країн таких як :
 - Хорватія (25%)
 - Кіпр (22%)
 - Греція (21%)
 - Португалія (19%)
 - Австрія, Естонія, Іспанія (15%)
 - Італія (13%)[44]

Ці країни в основі економічного сектору мають значну частку прибутку залежної від туризму, найбільше залежать від туризму, у % від ВВП. Немалі гроші йдуть на економічне благо держави завдяки туризму. Тому, його потрібно розвивати.

- Культурне. Туризм несе в собі деяку історію і культурний розвиток людини, збагаченням обізнаності про країну. Так чи інакше людина стикається ребром з культурою країни де вона перебуває. Ознайомлюється через коротку розповідь гіда, кухню.
- Освітнє. Як і будь-яка галузь, туризм в собі несе частку освіти. Прикладом є екскурсійний туризм. За допомогою якого екскурсант дізнається багато нового, історію, культуру країни. Також окремий вид туризму - освітній, в самій назві закладено значення.
- Соціальне. Туризм є багатогранним явищем і включає в себе ряд взаємовідносин з людьми. В будь-якому випадку для здійснення, або під час подорожі людина контактує з іншими людьми. Туризм є одним з чинників налагодження соціальних і соціокультурних зв'язків між людьми.
- Оздоровче. Туризм дає змогу оздоровитись як фізично, якщо це рекреаційний вид туризму, так і морально та емоційно, це є основою будь-якої подорожі.

1.2 Види туризму та їх відмінності

Туризм є досить різноманітним за напрямками, метою подорожі, характером та іншим. Як і будь-яка галузь туризм має різновиди, завдяки яким можливо чітко сформулювати мету і різні необхідні додатки, для того щоб подорож стала більш влучною і задовольнила споживача туристичного продукту.

Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників туристської сфери. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази

туризму. В таблиці 1.1 розглянуто класифікацію основних видів туризму в залежності від мети подорожі та їх характеристика.

Таблиця 1.1

Види туризму залежно від мети подорожі та їх характеристика

Вид туризму	Характеристика
Рекреаційний туризм	Туризм з метою відпочинку та оздоровлення. Є сезонним. Відмінною рисою є тривале перебування туриста на одному й тому ж самому місці, таким є курорт. Цей вид також має свої підвиди.
Діловий туризм	Поїздки, з професійною метою, наприклад на виставки чи спеціальні виїзні зустрічі, основною вимогою є відсутність робочого місця в місті куди здійснюється подорож.
Релігійний туризм	Подорожі до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного місця проживання споживача, з пізнавальною або метою духовного збагачення.
Екологічний туризм	Один з видів молодого туризму, який набуває популяризації через підняття питання щодо екології та зануренням в урбаністичний світ. Метою є відпочинок та пізнання нових місць на природі, такими є заповідники, національні природні парки, заказники.
Спортивний туризм	Метою є поїздки для підвищення фізичних можливостей та покращення здоров'я за їх допомоги. Має набір природніх перешкод і прикріплюється маршрутом за яким здійснюється спортивна подорож, наприклад у гори.
Подієвий туризм	Є досить різноманітним, метою є відвідування різних цікавих заходів, та набуття незабутніх вражень та емоційного задоволення. Є несезонним і недовготривалим.
Освітній туризм	Подорож за кордон з метою навчання, яке може бути як на першому, так і на другорядному плані, основою є переймання досвіду або підвищення кваліфікації, турист не навчається у місці перебування подорожі.

Джерело: складено авторкою

Отже порівнявши види туризму надані в таблиці, дійдемо до висновку, що кожен з них має свої відмінності, що є логічним, адже саме через ці відмінності і було поділено туризм на види, які в свою чергу мають свої підвиди.(див.Рис.1.4)



Рис.1.3. Основні види туризму за метою подорожі

Джерело: [6]

Отже основою будь-якого виду є подорож, яка має перебувати за межами постійного, звичного перебування туриста, без здійснення оплачуваної діяльності. В залежності від обраного виду, подорож буде мати різну мету та категорію споживача. Для бачення відмінності тематики, візьмемо наприклад діловий та рекреаційний туризм. Відмінність цих двох видів туризму буде полягати в тому, що перший націлений на поїздку з діловою метою, наприклад для підвищення своїх професійних навичок, а другий з метою відпочинку та оздоровлення, наприклад відпочинок на курорті.

Також розрізняють такі види туризму як неорганізований, або самодіяльний і організований, або плановий. Різниця між ними полягає в тому, що неорганізований туризм вважається специфічним видом туристичної діяльності, яка здійснюється самостійно на аматорських, добровільних засадах, а організований туризм, включає в себе різні види туризму, які розробляють і реалізують організатори турів.

Види туризму визначають за:

- За способом пересування. Існує авіаційний, залізничний, автомобільний, автобусний, водний, пішохідний, велосипедний і комбінований туризм.
- За інтенсивністю туристичного потоку. Такий туризм ділиться на сезонний і поза сезонним.
- За тривалістю подорожі. Тут виділяється короткостроковий (до 1 тижня) і довгостроковий туризм.
- За метою подорожі.

За віковою ознакою. Існують п'ять груп: мандрівки з батьками (діти до 15 років); молодь (у віці від 15 до 24 років); молоді економічно активні туристи (від 25 до 44 років); туристи середнього віку, економічно активні (45 – 64 роки); так звані туристи третього віку (старші 65 років). (див.Рис.1.4)



Рис.1.4. Види туризму

Джерело: [16]

У Законі України "Про туризм" наведено таку класифікацію видів туризму:

- дитячий; молодіжний; сімейний;
- для осіб похилого віку; для інвалідів;
- культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний;
- екологічний[10].

З допомогою туризму можна задовольнити різноманітні потреби, які визначають людську поведінку. Формування туристичних потреб визначається системою соціальних та економічних факторів.

Так як туристична діяльність багатогранний процес, на розвиток якого впливає велика кількість різних чинників, щоб усіх їх врахувати, необхідно конкретизувати та систематизувати окремі види туризму. Для цього їх зводять

у класифікацію. Відштовхуючись від потреб сучасної людини, ми пояснили як за допомогою різноманітних видів туризму можна їх задовольнити.

Знаючи потреби, які можливо задовольнити за допомогою туризму, можна визначити мотиви, які спонукають потенційного туриста до вибору місця подорожі, а отже, і певного виду туризму. Крім відпочинку та відновлення працездатності, за допомогою таких видів туризму як лікувально-оздоровчий, культурно-пізнавальний, розважально-відпочинковий, спортивний та релігійний, можна задовольнити такі потреби сучасної людини, як: соціальні, самореалізації, причетності до спортивних подій, культурних на національних традицій різних народів, мандрувати, лікуватись, розважатись, паломницькі та пізнавальні тощо [19].

1.3 Іноваційні види туризму та їх роль в сучасному туризмі

Світ не стоїть на місці, виникають нові технології, створюються нові механізми для полегшення життя. Тенденція спирається на розвиток та поширення інформаційного простору, перехід у світ інтернету та штучного інтелекту. Як світ технологій, так і світ туристичної галузі не стоїть на місці і під впливом макро і мікро чинників має стимул створювати щось нове. Через набуття масштабності і виникнення нових технологій виникають іноваційні види туризму. Для початку розберемо саме визначення іноваційного туризму, та як його трактують деякі науковці.

Для більшого розкриття теми і поняття іноваційного туризму спершу слід розглянути сам термін "інновація" та, що він собою являє. Порівняємо та проаналізуємо визначення терміну "інновація" надані різними спеціалістами та науковцями.

Новіков В.С. трактує інновацію, як новий продукт, нове явище чи дію на ринку (підприємстві), що має на меті залучити споживача, задовольнити його і одночасно принести дохід підприємцю [22].

Й. Шумпетер вважає, що інновація - це істотна зміна функції виробленого, яка полягає в новому поєднанні та комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні нових матеріалів та компонентів, впровадженні нових процесів, відкриття нових ринків, запровадження нових організаційних форм [22].

За Законом України про інноваційну діяльність від 4 липня 2002 року інновації - новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [24].

О. Давидова описує інновацію як результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отримання, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі [8].

За Н. Семенченко інновація - системні заходи, які мають якісну новизну, що приводять до позитивних зрушень, а також забезпечують функціонування та розвиток галузі в регіоні [3].

Трактування терміну "інновація" за С. Мельниченко подається, як розроблені й впроваджені в діяльність нововведення, що дозволяють отримати користь у вигляді економічного або соціального ефекту та інших позитивних результатів [27].

Проаналізувавши та співставивши два терміни "туризм" та "інновація" маємо сформоване визначення терміну "інноваційний туризм". Отже, інноваційний туризм - це нововведення за рахунок еволюції світу та сфери туризму, в основі яких лежить подорож, що триває більше 24 годин і здійснюється за межами звичного місця перебування людини та має на собі різноманіття цілей без здійснення оплачуваної діяльності у місці перебування.

Інноваційні види туризму займають провідну роль. Для того, щоб йти в ногу з сучасністю, фахівці данної галузі зобов'язані вигадувати, створювати, щось нове.

Або ж самі новітні технології диктують правила для створення продукту. Сучасний споживач є досить перебірливим, він має широкий вибір як туристичних компаній, так і туристичних продуктів, тому компанії завжди потрібно мати, щось запропонувати щоб воно не було схожим на інших.

Інновації, їх залучення та використання в сучасному світі грає важливу роль для туристичного підприємства, потреба в інноваціях на туристичних підприємствах в статті Ткачук Л.М. та Сайчука В.С. визначається такими особливостями:

- швидким моральним старінням, триваючим скороченням життєвого циклу туристичного продукту;
- потребою в постійній модифікації та розширенні асортименту;
- інтерактивним змістом туроперейтингу і процесу надання туристичних послуг;
- високими вимогами до якості й вартості комунікаційних систем, як провідного інструменту турбізнесу.

Встановлено вплив інновацій на структуру та рівень конкурентоспроможності туристичного продукту й кон'юнктуру ринку та існування прямої залежності між ступенем інноваційного розвитку й рівнем монополізації у туризмі. В Україні потреба в залученні інновацій на туристичних підприємствах визначається:

- потребою модернізувати матеріально-технічну базу галузі;
- підвищити ефективність управління туризмом;
- упровадити сучасні методики розвитку та новітні техніку й технології в туристичному обслуговуванні;
- інтенсифікувати процес туроперейтингу та оновити номенклатуру видів туризму [28].

Інноваційний туризм та його різновиди посідають головне місце у розвитку сучасної туристичної сфери. Інновації в туристичній сфері можна поділити на певні сегменти. Інновації в туризмі за статею Гарбера О.Є. класифікуються за такими ознаками (див.Рис.1.5):

- Продуктові інновації, а саме:
 - Створення нового туристичного продукту
 - Освоєння новітніх сегментів ринку, що виникли і розвиваються в період пандемії
 - Освоєння і створення нових туристичних територій для розширення пропозицій туристичних продуктів для сучасного споживача
 - Залучення інновацій до процесу створення та розробки туристичного продукту
- Управлінські інновації:
 - Інноваційні методи ведення маркетингового циклу в туризмі
 - Створення та залучення інноваційних методів управління на туристичній фірмі
- Сервісті інновації
 - Впровадження та використання новітніх методів навчання персоналу туристичної сфери
 - Розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів туристичної сфери
 - Впровадження та розвиток національних моделей туристичного обслуговування спираючись на особливості поведінки споживача певного регіону
- Технологічні інновації
 - Впровадження комп'ютерних технологій в усі процеси роботи туристичної сфери
 - Розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування
 - Покращення якості послуг за допомоги інновацій

- Нововведення в різних допоміжних складових туристичної сфери
- Екологізація технологій обслуговування

Ці сегменти разом надають поштовх для переходу інноваційної моделі економіки в туристичній сфері, а показують які саме новітні зміни і інновації залучено в певний сегмент туризму.



Рис.1.5. Класифікація іновацій в туристичній індустрії

Джерело: [4]

Кожна туристична фірма та підприємство застосовує в роботі та створенні туристичного продукту частину інновацій залучаючи при цьому інноваційні види для різноманіття пропозицій. Також наявність пропозицій інноваційних видів туризму надає низку пріоритетів серед конкурентоспроможних фірм, підвищує місце та затребуваність на ринку продажу. Прикладом одних із

новітніх видів туризму, що набувають ширшої популяризації серед споживачів туристичного продукту в країнах Європейського Союзу є:

- Віртуальний туризм, залучення в роботу роботів, чат-ботів. Подорож за допомоги окулярів віртуальної реальності. Прикладом є додаток Navitaire, що дозволяє користувачам віртуально вивчати місця для відпочинку та одразу бронювати майбутні подорожі. Тревел-індустрії слід серйозно задуматись про використання VR в глобальному масштабі. VR може бути використана в системі розваг під час польотів, надаючи пасажиром ще одну опцію на борту літака. Такі авіакомпанії, як Iberia, Singapore Airlines і SunExpress, вже успішно протестували ці технології, запропонували пасажиром використовувати гарнітуру для перегляду 3D-фільмів або гри в відео-ігри на висоті 30 000 футів.
- Екстремальний туризм та інноваційні його види. Прикладом є маунтінбайкінг — спуск з гірських вершин по стежках на велосипедах. Цей вид екстремального гірського туризму стає все більш популярним, незважаючи на дороге обладнання.
- Гастротуризм. Цей вид туризму є досить популярним в країнах Європейського Союзу, однак не зважаючи на популярність стандартних уяв про цей вид туризму, залучення новітніх технологій, розширення меж можливостей, різноманіття місць та перфомансів дають змогу залучити і зробити даний вид туризму інноваційним з кожним роком, крокуючи у ногу із сучасністю
- Екологічний туризм. Прикладом є полярний (арктичний і антарктичний) туризм - мандрівки на Північний і Південний полюси з'явилися зовсім недавно. Але Фінляндія і Швеція вже пропонують туристам відвідування своїх полярних станцій в Антарктиді. Ці тури цікаві через екстремальних кліматичних умов і можливості спостерігати диких тварин в їх природному середовищі. Північний і Південний полюси на даний момент є найбільш екологічно чистими куточками планети. Крім

того, двічі на рік у туристів є можливість приземлитися на дрейфуючій крижині і пройти через всі часові пояси.

Отже, існує досить багато видів інноваційного туризму, за рахунок яких туристична сфера не стоїть на місці, а йде в ногу із сучасністю та науковим прогресом. За допомоги інновацій туристична фірма або підприємство забезпечує собі певне місце на ринку продажу, є конкурентоспроможною та має ширший спектр пропозицій, а також полегшують сам процес розробки, створення та розповсюдження туристичного продукту.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ТУРИЗМ В КРАЇНАХ ЄС

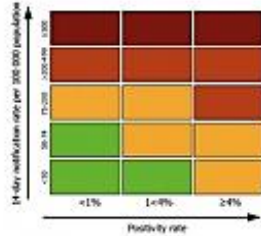
2.1 Туристичний сектор в країнах ЄС у період пандемії COVID-19

Епідемія COVID-19 почалась ще в грудні 2019 року, та набула масштабності в лютому 2020 року, коли дійшла до Європи і чисельність захворюваності людей почала збільшуватись з кожним днем. Жодна з країн не була готова до такого розвитку події, під впливом пандемії постраждало багато галузей, однією з таких став туризм. Непідготовленість країн та незнання плану дій призвело до відчутних наслідків в країнах Європи, особливо тих, в яких туризм складав значну частку ВВП країни.

Швидкість розповсюдження і рівень загрози для Європейських країн можна побачити на карті розповсюдження пандемії, на якій червоним кольором позначено країни з критичним становищем захворюваності на ковід, а жовтим на межі переходу у критичний стан. (див.Рис.2.1.) Станом на грудень 2021 року більшість країн перебувала у червоній зоні небезпеки пов'язаної з розповсюдженням пандемії.



14-day COVID-19 case notification rate per 100 000 population and test positivity, EU/EEA weeks 46 - 47



- Testing rate < 300 per 100 000 population
- No data available
- Not included

Regions not visible in the main map extent

- Azores
- Canary Islands
- Guadeloupe and Saint Martin
- Guyane
- La Reunion
- Madeira
- Martinique
- Mayotte

Countries not visible in the main map extent

- Malta
- Liechtenstein

Administrative boundaries: © EuroGeographics © UN-FAO © Turkiye © Kartverket © Instituto Nacional de Estatística - Statistics Portugal. The boundaries and names shown on this map do not imply official endorsement or acceptance by the European Union. ECDC. Map produced on: 1 Dec 2021

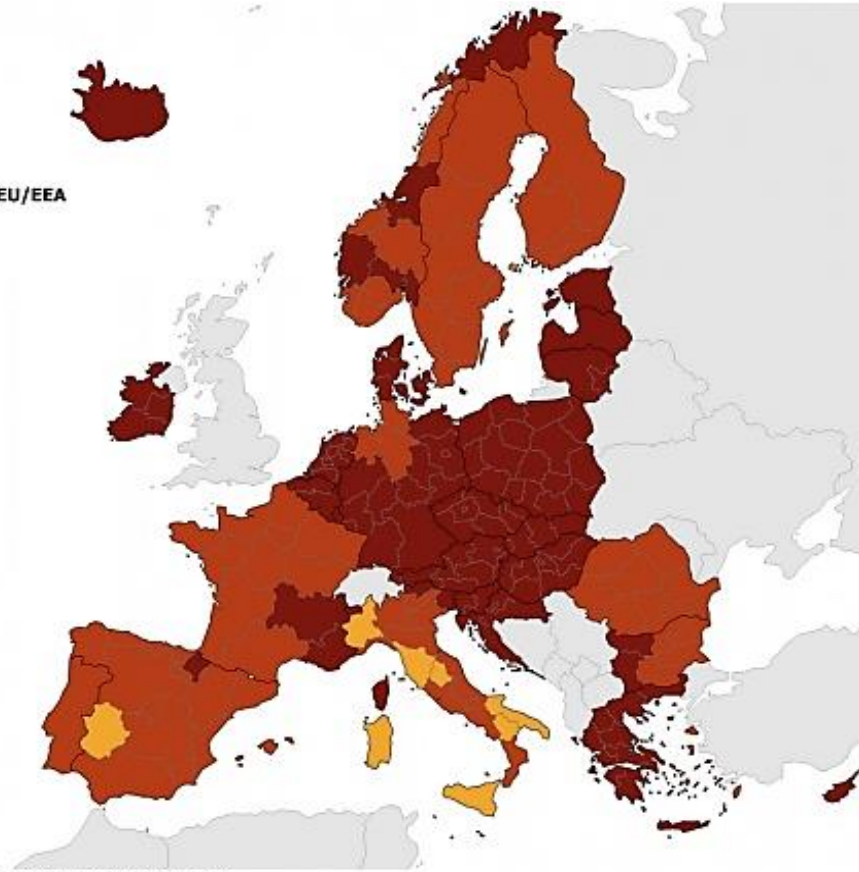


Рис.2.1. Карта розповсюдження пандемії в країнах Європи станом на початок грудня 2021 року

Джерело: [36]

Для порівняння, на карті, що була опублікована у жовтні 2020 року (див.Рис.2.2), на офіційних джерелах, більшість країн перебували у більш безпечному положенні і деякі навіть знаходились у зеленій зоні, яка є найбезпечнішою, що не можна побачити на карті 2021 року.

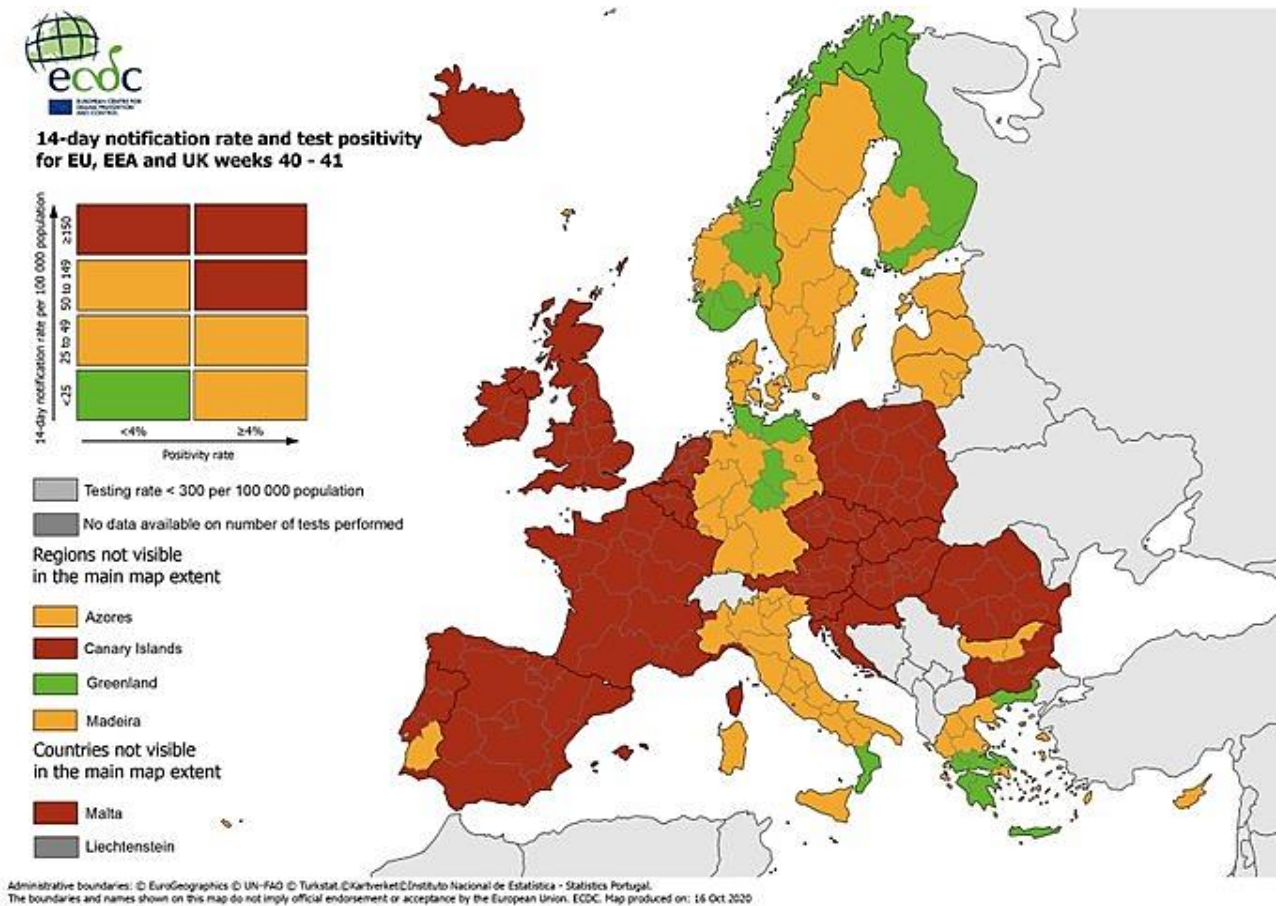


Рис.2.2. Карта розповсюдження пандемії в країнах Європи станом на кінець жовтня 2020 року

Джерело:[9]

Туризм також є потужним інструментом розвитку країн, в різних аспектах, культурному, інфраструктурному, зв'язків транспортних та соціальних, підвищує економічний показник найбільш відвідуваних місць з туристичною метою, потребує відкриття та забудови міст для більшого зручності та розміщення туристів, що передбачає збільшення робочих місць та розвиток туристичних регіонів в цілому. В основі туристичної сфери як і будь-якої іншої лежить соціальні комунікації, за рахунок чого створюється весь ланцюг взаємозв'язків та інноваційних підходів.

На початку через пандемію туризм зазнав катастрофічних втрат, закриття кордонів, відміна або перенесення багатьох щорічних подій та фестивалей, закриття на карантин країн призвело до замороження сфери

туризму на певний проміжок часу, через що багато фірм понесло значних втрат, мали кризове становище, а маленькі туристичні підприємства зачинились назавжди.

Також постраждала сфера обслуговування, закриття ресторанів та готелей через відміну туристичних потоків у туристичний сезон, або недостатній туристичний потік, через що деякі готелі опинилися в стані кризи, закриття транспортних шляхів та внутрішніх перевезень, скорочення деяких маршрутів на певний проміжок часу.

За оцінками експертів, за 8 місяців 2020 р. туристичний потік в ЄС зменшився на 68%, туристичний сектор втрачає близько 1 млрд. євро доходів на місяць в результаті COVID-19. Ситуація особливо складна у таких популярних туристичних напрямках, як Франція, Іспанія, Італія, Греція, Португалія, Мальта та Кіпр [37].

Показники за квітень - травень 2020 року відображають рівень втрат туристичного сектору ЄС, спричинених пандемією:

- Італія (-96%), Хорватія (-86%),
- Кіпр (-78%) та Франція (-70%) відбулося найбільше падіння.
- Іспанія (-51%), Румунія та Словенія (-56% кожна) також зазнали значного впливу пандемії [38].

Загалом, у квітні-травні 2020 року витрати на туризм у Європі впали на 68,4% порівняно з тим же періодом минулого року. Втрати торкнулись всіх туристичних ланок: авіа подорожей , закладів харчування, туристичного обслуговування загалом. (див.Рис.2.3) У червні 2020 року сектор послуг в ЄС зменшився на 16,4%, тоді як сектор туристичних послуг впав на 75,0%. Найбільші показники падіння діяльності спостерігалися в туристичних агенціях та туроператорів (- 83,6%), авіасполучення (-73,8%), тимчасове розміщення (-66,4%) та ресторани (-38,4%) [47].

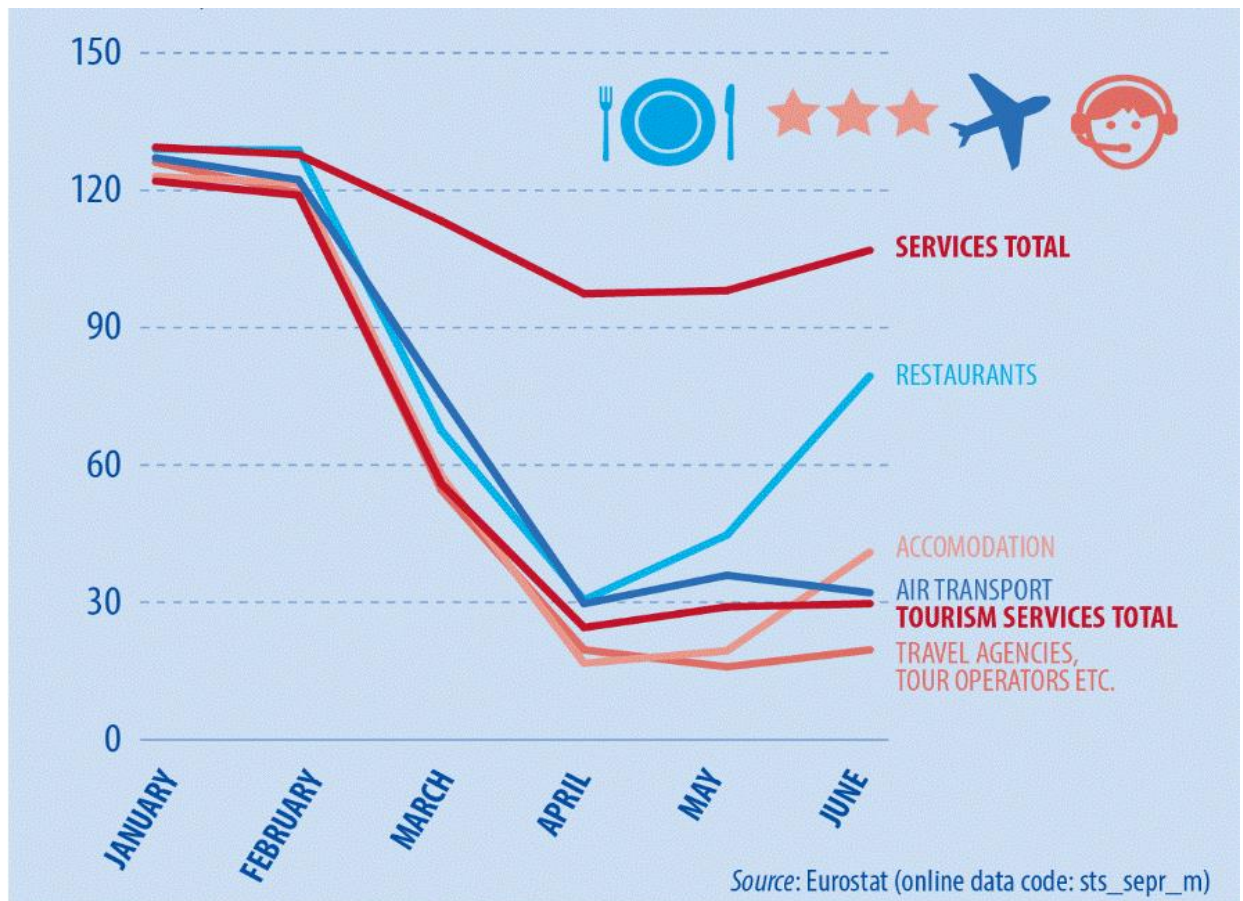


Рис.2.3. Стан показників туристичної сфери у 2020 році за пів року, з січня по червень

Джерело: [47]

За UNWTO в порівнянні з 2020 роком у 2021 році сектор туристичних послуг збільшилася на 4%. (див.Рис.2.4) Проте 2021 рік був ще одним складним роком, адже кількість туристичних прибуттів все ще був на 72% менше, ніж до пандемії [46].



Рис.2.4. Карта міжнародних туристичних прибуттів за 2021 рік в порівнянні з 2020 і 2019 роками

Джерело:[46]

Для більшого розуміння різниці падіння відсотку міжнародних туристичних прибуттів складено гістограму показники порівнюються з показниками 2019 року, в порівнянні з показниками в усьому світі.(Див.Рис.2.5)

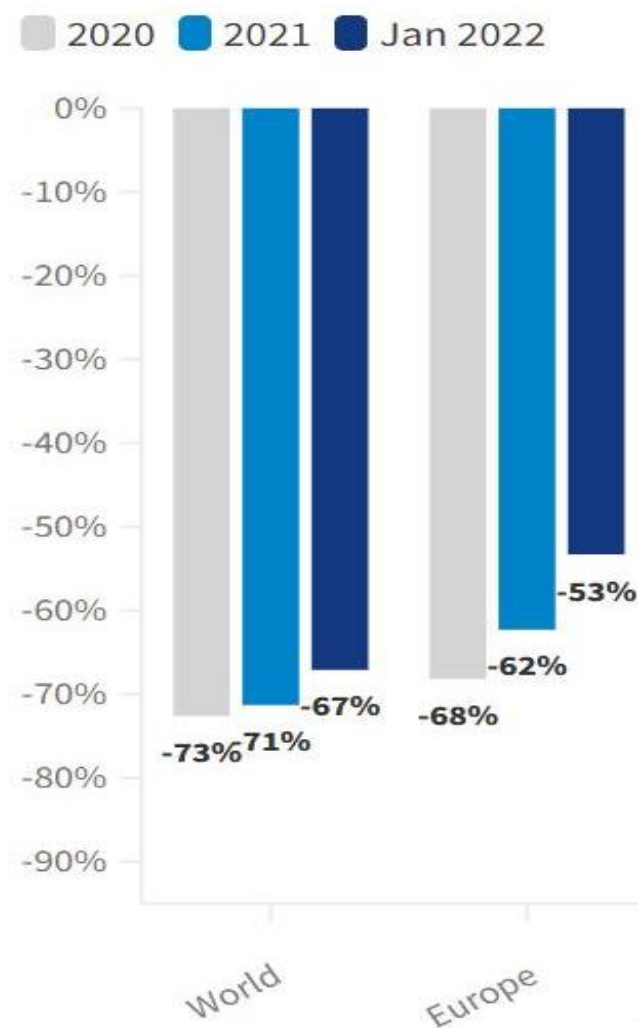


Рис.2.5. Міжнародні туристичні прибуття у відсотках в порівнянні з 2019 роком

Джерело:[47]

Такий показник відсотку падіння був зумовлений тим, що через пандемію уряди країн були вимушені впровадити карантин на територіях своїх країн. Впровадження карантину мало під собою низку вимог, такі як, заборона скупчення людей, під час жорстокого локдауну було заборонено виходити на вулицю покидаючи межі свого помешкання, також заборон на пересування в межах країни, майже нереальним був виїзд за кордон. Через, що і відбулось кризове положення, адже основу будь-якої сфери складають люди, якщо люди сидять вдома та їм заборонен будь-який контакт то деякі сфери втрачають свою актуальність.

З початком карантинних заходів, обмеження на поїздки, пов'язані з COVID-19, діяли у більшості країн світу. 1 червня 2020 року 156 урядів повністю закрили свої кордони для міжнародного туризму [41].

Це сприяло зниженню відсотку переміщень та відсотку доходів залежних від в'їзного та внутрішнього туризму.

Туризм в країнах Європейського Союзу є досить простим з документальної точки зору. На територіях цих країн діє єдина система шенгенпростору, що полегшує і дозволяє подорож по деяким країнам одразу за умови наявності шенгенської візи. Це можна вважати перевагою для туристичного сектору країн Європейського союзу серед інших країн світу.

Туристична галузь ЄС завжди була однією з найбільш успішних:

- 2,4 млн. підприємств, понад 90% з яких припадає на сектор МСП,
- 12% зайнятості на ринку праці Євросоюзу
- 23 мільйони прямих і непрямих робочих місць
- 37% працівників туризму віком до 35 років
- 267 мільйонів європейців (62% населення) здійснюють щонайменше одну поїздку з метою відпочинку, а 78% європейців проводять відпустку у своїй країні чи іншій країні ЄС [45].

Пандемія COVID-19 найсильніше вдарила по туристичній індустрії в усьому світі. Через пандемію коронавірусу потік туристів у світі скоротився на 65%. За перші вісім місяців 2020 року кількість міжнародних прибуттів знизилася на 70%. Це призвело до втрати 730 млрд доларів, понад 120 мільйонів робочих місць опинилися під загрозою. Рівень загрози втрати робочого місця показано на карті, де зеленим позначено нижчий рівень ризику, а червоний – критичний. (див.Рис.2.6)

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 2020 рік

Джерело: [40]

У 2019 році глобальна індустрія туризму забезпечувала прямо та опосередковано близько 330 мільйонів робочих місць, що еквівалентно 10,3% від загального рівня зайнятості. Кожен 10 працівник в світі зайнятий в туристичному секторі [44].

Через пандемію відбулось зниження економічної активності, що призвело до скорочення робочого сектору та робочого часу на туристичних підприємств. Багато фірм застосували скорочення робочих місць.

Для підтримки туристичного сектору багато країн запровадило програму підтримки бізнесу, виділяючи кошти на сфери, які зазнали більш за

все втрат. Під час кризових ситуацій підприємства мають переробити план на рік та скласти новий для відновлення роботи, виходу з кризового положення та після кризової роботи. У випадку з пандемією вихід з кризового положення та заходи щодо зменшення збитків були складені та запровадженні на державному рівні.

2.2 Регіональні особливості впливу пандемії COVID-19 на туризм у країнах ЄС

Пандемія спричинила кризове положення туристичного сектору в усіх країнах світу. Європа є світовим лідером у сфері міжнародного туризму з понад 745 мільйонами прибуття міжнародних туристів у 2019 році. Для порівняння, у Північній Америці того року було лише близько 146 мільйонів міжнародних прибуттів з туристичною метою.

Франція є провідним європейським туристичним напрямком для міжнародних туристів, де розташовано всесвітньо відомі місця та є місцем проведення багатьох відомих міжнародних подій. Столиця Париж залучила понад 16,8 мільйонів міжнародних екскурсантів у 2018 році, що поставило його на друге місце в рейтингу провідних європейських міст, обігнав його Лондон, який за цей рік прийняв майже 21 мільйон міжнародних туристів.

Зважаючи на великий відсоток прибуттів та економічного зросту за рахунок туристичної сфери у 2019 році, можна побачити наскільки знизився відсоток у 2020 році через пандемію, що спричинило низку подій пов'язаних з падінням туризму. Для більш ширшого розуміння впливу COVID-19 на туризм у країнах ЄС, складенно порівняльну таблицю. В якій наведено приклади подій, які чинили туристичний потік та як він змінився під впливом пандемії або зник взагалі через відміну або переніс подій загалом.

Вплив COVID-19 на основні заходів та подій в країнах Європейського Союзу

Країна	Стан туристичних подій до COVID-19, 2019 рік	Туристичні події під впливом COVID-19, 2020 рік
Іспанія	Санфєрмінєс - щорічне свято в Іспанії, в місті Памплон, що відбувається з 6 по 14 липня, перегони з биками на вулицях міст, на які приїжджає подивитись значна кількість туристів, понад один мільйон туристів [7].	Скасовано на півночі Іспанії через ескалацію пандемії COVID-19.
Франція	Паризький книжковий салон - подія, що відбувається щорічно у кінці березня та є найважливішою подією у світі літератури на яку приїжджає достатня кількість туристів з усього світу [26].	Перенесено на 2021 рік через загрозу поширення захворювання, у країні скасовано усі заходи за участі більше 5 тисячі людей.
Італія	Круїзні подорожі, розвиток та набуття популярності. Футбольні матчі - цілорічна подія, на яку приїжджає велика кількість туристів [14].	Використання одного з пасажирських лайнерів у якості плавучого музею. Перенесено шість матчів серії А з футболу з 2 березня на 13 травня, через загрозу поширення COVID-19.
Німеччина	Круїзні подорожі досить високий попит, розвиток напрямків [14].	Запровадження обмежень по періоду подорожі та кількості пасажирів, слідкування за температурою тіла пасажирів щоденно, судна забезпечені тестами на COVID-19, маски є обов'язковими навіть у ліфтах і коридорах. Скасування екскурсійних програм.

Джерело: складено авторкою

Отже проаналізувавши дані таблиці маємо висновок, що більшість щорічних заходів, що відбувались на території країн Європейського Союзу було скасовано, через загрозу розповсюдження або погану статистику захворюваності на COVID-19. Деякі події було перенесено на іншу дату або на наступний рік, всі ці перенесення та скасування понесли за собою значних збитків та зменшення кількості туристичних прибуттів до країн.

Пандемія також вплинула на туристичний потік, через пандемічні обмеження та деякі заходи, що забороняли подорожі, змінились і показники прибуттів з туристичною метою до країн Європейського Союзу. Показники наведенні у таблиці 2.2.

Таблиця 2.3

Вплив COVID-19 на кількість прибуттів з туристичною метою (в мільйонах)

Країна Європейського Союзу	Кількість прибуттів в 2019 році	Кількість прибуттів в 2020 році
Франція	90.91	41.68
Італія	64.51	25.19
Іспанія	83.51	18.93
Австрія	31.88	15.09
Німеччина	39.56	12.45
Угорщина	16.94	7.42
Греція	31.35	7.37
Нідерланди	20.13	7.27
Данія	14.76	5.94
Хорватія	17.35	5.55
Румунія	12.82	5.02
Португалія	17.28	4.21

Джерело: [38]

Також для розуміння різниці впливу на стан туризму, а саме прибуттів з туристичною метою зображено діаграму. (див. Рис 2.7)

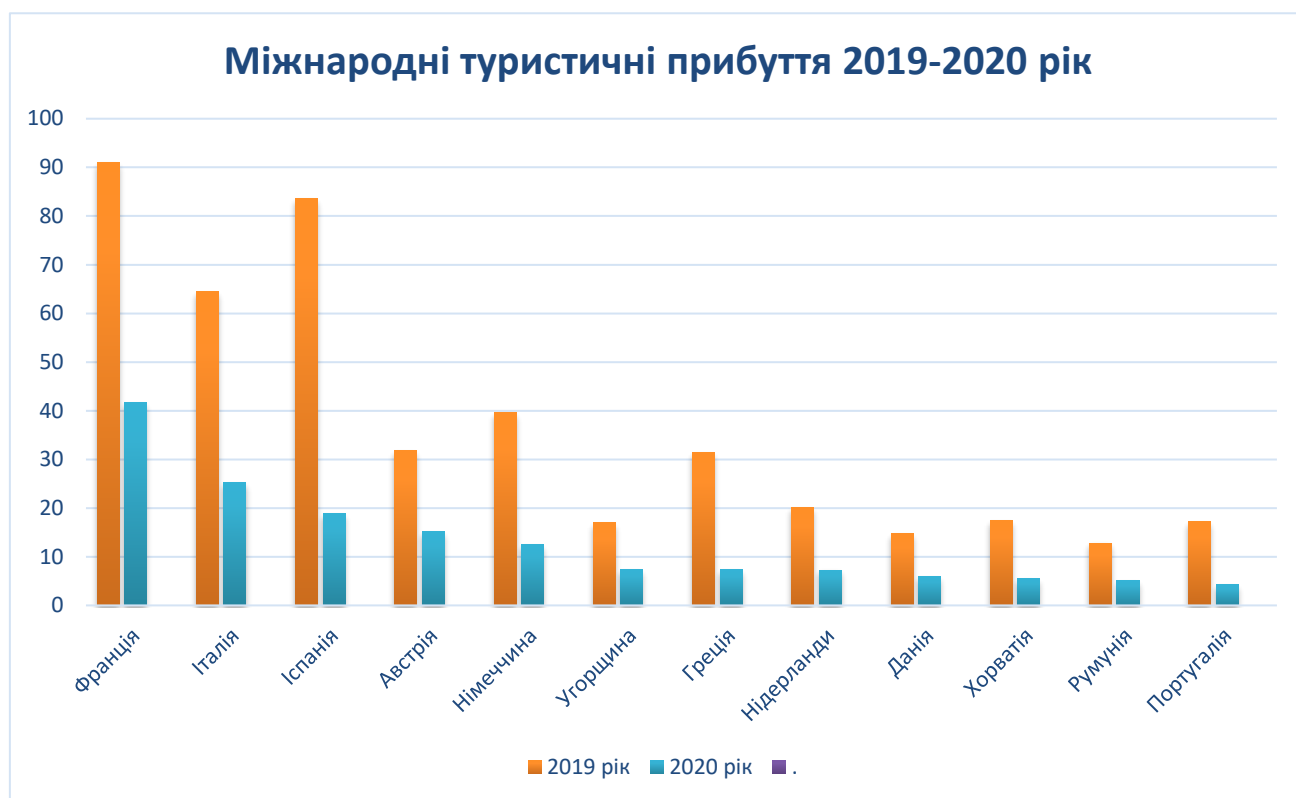


Рис.2.7. Міжнародні туристичні прибуття 2019-2020 рік

Джерело: [38]

За даними таблиці можемо зробити висновок, що під впливом пандемії COVID-19 кількість прибуттів з туристичною метою до крїн Європейського Союзу впала на досить великий відсоток. У 2019 році за статистичними висновками року було відмічено, що лідером туристичних прибуттів у світі стала країна, що входить до складу Європейського Союзу, а саме Франція кількість прибуттів досягла позначки 90.91 мільйон.

Для покращення ситуації, що склалась під час пандемії, для туристичних подорожей у країнах Європейського Союзу було запроваджено певні вимоги до туриста, як і в більшості країн світу. Наприклад обмеження що до кількості людей, масочний режим, та наявність паспорту вакцинації в якому має бути інформація про отримання двох доз вакцини. Ці обмеження не є стандартними для кожної країни, адже кожна країна залежно від андемічної ситуації у ній впроваджує вимоги індивідуально, тому перед тим як відправитись у подорож

потрібно переглянути оновлені вимоги, адже деякі країни окрім паспорту вакцинації також вимагають ПЦР тест дія якого може бути тільки 24 години, або вимога двох тижневого карантину.

Отже як висновок маємо статистичні дані за час відсутності та появи COVID-19 у країнах Європейського Союзу, проаналізувавши ці дані підсумком є те, що показники туристичних прибуттів значно знизились у 2020 році порівняно з 2019 роком. Багато подій було скасовано, або перенесено, що також стало чинником погіршення положення у туристичній сфері.

Однак країни з часом пристосувались до наявних проблем і знаходять виходи для покращення положення у туристичній сфері. Наприклад вводять обмеження при в'їзді та перебутті у країні, однак вимоги постійно змінюються і їх потрібно перевіряти перед самим здійсненням подорожі, щоб мати при собі всі необхідні документи та проти карантинні приладдя, а також мати змогу в'їзду та перебування на території країни до якої турист здійснює свою подорож.

2.3 Інноваційні види туризму, що розвиваються у країнах ЄС у період поширення COVID-19

З самого початку карантину ЄС розпочав реалізацію ряду заходів для підтримки ключових секторів економіки, які спрямовані на пом'якшення соціально-економічних наслідків пандемії. Вже в квітні 2020 року . Євросоюз виділив 375 млрд євро на відновлення туристичної галузі регіону після пандемії коронавірусу. Зокрема, 255 млрд виділено урядам для допомоги туристичному сектору своїх країн і майже 120 млрд -підприємцям і компаніям, які зазнали збитків, для можливості продовжити роботу.

Пакет допомоги окремий уряд кожної країни розглядає особисто. Наприклад:

- В Іспанії соціальні партнери розробили два первинних пакети економічних заходів для захисту сімей, найманих і само зайнятих

працівників і підприємств, а також створили спеціальні веб сторінки з інформацією, рекомендаціями і методами, що стосуються COVID-19. Щотижня організуються зустрічі між представниками уряду та соціальних партнерів для обговорення необхідних заходів.

- У Греції створено урядовий координаційний комітет, до 19 складу якого входили представники всіх міністерств. Регіональна рада з питань туризму забезпечує цінний інструмент комунікації для координації розвитку та просування туризму, включаючи управління кризовими ситуаціями.
- Хорватія здійснила низку заходів для підтримки туристичного бізнесу, включаючи: відстрочення сплати зборів, туристичних податків та збільшення ліквідності. Окрім 20 конкретних заходів, пов'язаних з туризмом, загальноекономічні програми підтримують сектор, включаючи туризм до сфери діяльності Фонду гарантування експорту з метою можливості надання банківських гарантій на позики для додаткової ліквідності.

Отже, пандемія COVID-19 спричинила низку ситуацій, що призвела до кризових положень у туристичному секторі країн Європейського Союзу. Туристична галузь ЄС втратила близько 1 млрд. євро доходів на місяць в результаті карантинних заходів. Близько 6 мільйонів працівників галузі вже втратили роботу через коронавірус. Втрати робочих місць сектору за підсумками 2020 року є монументальними, коливаючись від 14,2 до 29,5 млн осіб.

Однак було розроблено пакет заходів з боку держав що до підтримки бізнесу зокрема бізнесу туристичної сфери, що дало змогу деяким туристичним фірмам та підприємствам протриматись у цей складний період та відновити свою роботу впровадивши інноваційні методи та підходи до ведення справ під час пандемії, створення нових туристичних продуктів з урахуванням всіх обмежень, та залучення у сферах обслуговування всіх необхідних обмежувальних заходів, які були впровадженні на світовому рівні.

Заходи, запроваджені в рамках ЄС, для підтримки туристичної галузі можна розділити на три основні категорії:

- забезпечення справедливого балансу між захистом туристів та інтересами працівників туристичної галузі;
- забезпечення умов для виживання бізнесу з особливою увагою на МСП;
- зосередження уваги на механізмах координації дій для підтримки та відновлення туристичного сектору.

Після розповсюдження вірусу на початку 2020 року та заритті туристичної діяльності, переносу багатьох подій, що відбувались кожного року в країнах Європейського союзу, спеціалісти у сфері туризму почали створювати та розробляти альтернативи повсякденному, звичайному туризму до якого звик споживач, ця альтернатива і стала інновацією. З кожної кризової та неочікуваної ситуації має бути вихід та під впливом таких ситуацій створюється щось нове.

В країнах Європейського Союзу з'явилися нові види туризму, такі, як бекпекер-туризм в Німеччині, віртуальний туризм в Італії, дарк туризм в Румунії, повільний туризм в Греції. Інноваційні види туризму, що виникли на території країн Європейського Союзу розглядено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Інноваційні види туризму та їх характеристика в країнах Європейського Союзу

Країна	Інноваційний вид туризму, його характеристика
Німеччина	Бекпекер-туризм — головна ціль максимально заощадити під час мандрівки. Такі туристи відрізняються наявністю рюкзака та путівників, вони мандрують автостопом, зупиняються в хостелах, палатках або користуються послугою каучсерфінгу [42].
Італія	Віртуальний туризм. Віртуальний є схожим до комп'ютерних он-лайн ігор. На сайтах віртуального туризму відтворені популярні музеї Італії. При цьому віртуальна подорож дає змогу детально ознайомитися

	не тільки з творами мистецтва, а й із екстер'єром та інтер'єром будівель музеїв, де вони зберігаються [13].
Іспанія	Руфінг (прогулянки дахами багатопверхівок та хмарочосів); комерційний індустріальний туризм (відвідання підприємцями успішних промислових об'єктів для запозичення досвіду та можливого інвестування) [12].
Польща	Індустріальний або промисловий туризм – це дослідження туристами будівель, інженерних споруд та територій виробничого або спеціального призначення, а також будь-яких закинутих споруд з метою отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення. Даний вид туризму передбачає проникнення на території, що охороняються, а також на території діючих промислових та спеціальних зон [42].
Румунія	Дарк-туризм. Місця, пов'язані зі смертю, катастрофами та трагедіями приваблюють туристів. Серед популярних об'єктів відзначають різні замки з моторошними історіями, наприклад замок графа Дракули [42].
Греція	Повільний туризм. Є способом подорожі, в якому фокус уваги зміщений від кількості до якості. Замість того, щоб гнатися за черговими замками, музеями та містами, мандрівник фокусується на одній місцевості чи місті, намагаючись поринути у культуру та побут місцевих жителів, знайомлячись із кухнею та традиціями регіону [39].

Джерело: складено авторкою

На прикладі країн наданих у таблиці наведені приклади інноваційних видів туризму та їх характеристика, які виникли не так давно та успішно розвиваються та створюють нові напрямки через пандемію для покращення попиту них. Через пандемію прийшлося замінити залучивши нові прийняті на міжнародному рівні обмеження та створивши оновленні види туризму, застосовуючи технології для просування та популяризації на міжнародному ринку за рахунок чого збільшиться попит на послуги після пандемії.

Одним з інноваційних видів туризму на території країн Європейського Союзу, що набув популярності і збільшує інтерес серед іноземців та європейських туристів є напрям повільного туризму. Повільний туризм (slow

travel) -це відносно новий підхід до поїздок, в яких немає місця поспіху та бажанню досягнути неосяжне. Це спосіб подорожі, в якому фокус уваги зміщений від кількості до якості. Замість того, щоб гнатися за черговими замками, музеями та містами, мандрівник фокусується на одній місцевості чи місті, намагаючись поринути у культуру та побут місцевих жителів, знайомлячись із кухнею та традиціями регіону. Повільний туризм став сучасною тенденцією завдяки пандемії Covid-19 та набуття популяризації екологічного виду туризму. Основними принципами повільного туризму є (див.Рис.2.8):

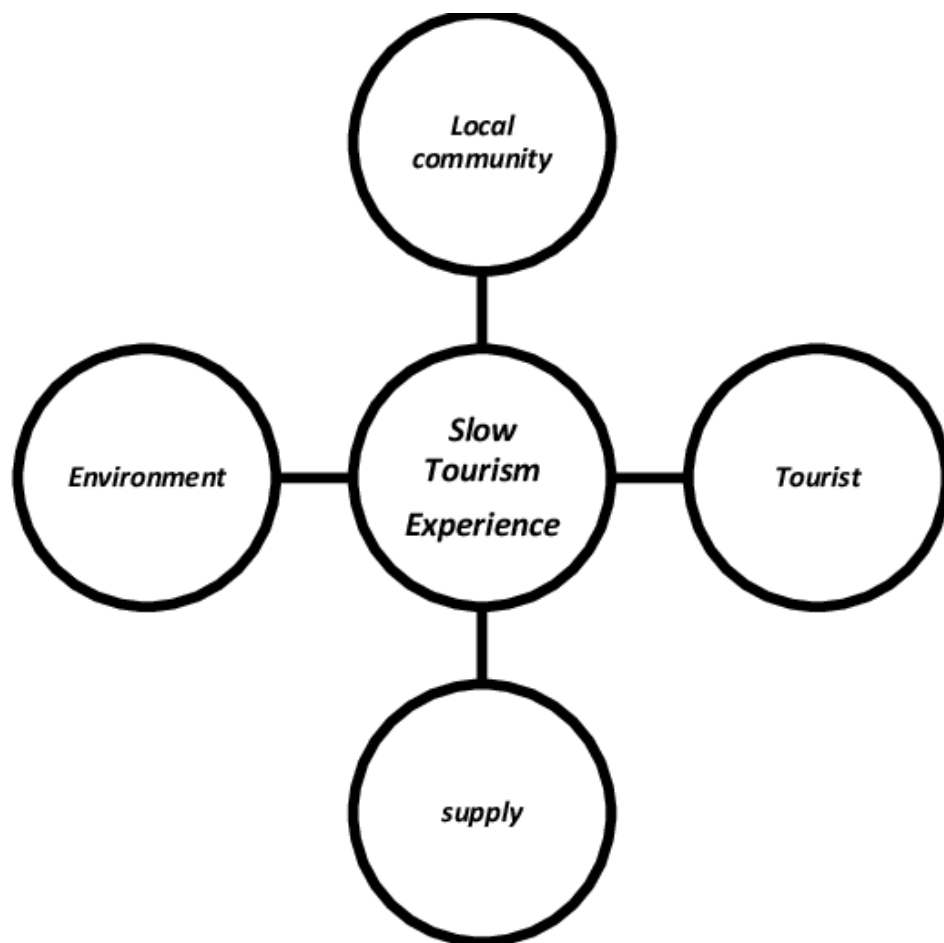


Рис.2.8. Основні принципи повільного туризму

Джерело: [42]

- Вибирайте якість, а не кількість: не потрібно гнатися за кількістю країн і міст, краще присвятити більше часу тому, що вам подобається.

- За потрібним є вивчення інформації про країну, до якої турист збирається у подорож: історію, культуру, економіку, природу, релігію, кухню. Обов'язковим є вивчення кількох висловів місцевою мовою.
- Повільна подорож - це ще й зіткнення з іншою культурою. Постарайтеся пристосуватися до місцевих звичаїв та звичок, не нав'язуючи свої погляди та спосіб життя.
- Слід обирати сільський туризм, еко готелі чи приватний сектор - оселитись слід у місцевих жителів, які готові прийняти мандрівників. Так ви краще дізнаєтесь про країну і людей, які у ній живуть, і сприятимете розвитку місцевої економіки.
- Слід берегти дику природу: не купувати продукти, виготовлені з рослин або тварин, що перебувають під загрозою зникнення. У природному середовищі, особливо на територіях, що охороняються, завжди намагатися ходити протоптаними стежками, не турбувати рослини, тварин і середовище, в якому вони живуть. Відвідувати території, що охороняються, невеликими групами у супроводі досвідченого гіда, бажано місцевого.
- Дбати про місцеву екологію та ресурси. Де б турист не перебував, він має прибирати за собою і правильно сортувати сміття, не користуватись пластиковим посудом. Вимикати кран, кондиціонер та світло, залишаючи житло, це допомагає уникнути витрат води та енергії.
- Купуйте тільки місцеві продукти, щоб підтримати економіку краю, що вас приймає. Скористайтесь послугами, які пропонує місцеве населення, зокрема транспортом та житлом. Отримуйте задоволення, куштуючи сезонну кухню з місцевих продуктів.
- Переміщатись слід на екологічному транспорті наприклад : велосипеді, електротранспорті або пішки [23].

Кожна країна Європейського Союзу вводить карантинні обмеження для туристів індивідуально, для прикладу їх розглянуто в таблиці 2.4. Вони

розповсюджуються не тільки для туристів з інших країн, а й для громадян цих країн які займаються внутрішнім туризмом.

Таблиця 2.4

Карантинні обмеження країн Європейського Союзу для туристів з України

Країна Європейського Союзу	Введенні карантинні обмеження
Польща	<p>Для громадян України, в тому числі вакцинованих від COVID-19, з 15 грудня потрібно мати негативний тест на коронавірус для в'їзду до Польщі. Про це на своєму сайті повідомило Міністерство закордонних справ України. Крім того, з 1 грудня українці, що планують приїхати до Польщі підлягають 14-денному карантину. Уникнути його можна тільки за таких умов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • пройшли повний курс вакцинації, і минуло 14 днів після отримання останньої дози вакцини (рахуючи від дня, наступного за днем щеплення), • є дітьми до 12 років, які подорожують під опікою дорослих, щеплених проти COVID-19, • були заражені вірусом SARS-CoV-2 (одужали) не раніше ніж за 6 місяців до дня перетину кордону Польщі. <p>Ці обмеження стосуються як подорожуючих літаком, так і тих, хто пересікає кордон особистим автомобілем, автобусом, потягом або пішки.</p>
Чехія	<p>З 27 грудня уряд Чехії посилив обмеження для туристів. При перетині кордону необхідно надати негативний результат ПЛР-тесту, в тому числі і повністю вакцинованим громадянам, відзначає МЗС України.</p> <p>З 27 грудня туристи повинні при в'їзді до країни пред'явити негативний результат ПЛР-тесту, зроблений не пізніше ніж за 72 години до моменту перетину кордону.</p> <p>Негативний результат тесту не вимагатимуть від людей, які мають третю дозу вакцинації сертифікованими вакцинами, дітей до 12 років, а також дітей від 12 до 18 років, які пройшли повний курс вакцинації (2 дози):</p>

	Чехія, за даними МЗС, визнає вакцини сертифіковані у ЄС.
Данія	У Данії з 27 грудня всіх мандрівників зобов'язали проходити тест на коронавірус, навіть якщо у них є COVID-сертифікат про повну вакцинацію - при в'їзді до країни треба обов'язково пред'явити негативний результат ПЛР-тесту, зроблений не пізніше ніж за 72 години до того. Ця вимога не стосується тільки дітей до 15 років та осіб, які раніше перехворіли на COVID-19. Невакцинованим українцям обов'язково потрібно пройти десятиденний карантин при прибутті до країни.
Німеччина	Негативний ПЛР-тест від туристів з України вимагають і по прибутті до Німеччини. Але він повинен бути зроблений не пізніше 48 годин до перетину кордону. Про це повідомляють на офіційному сайті МЗС Німеччини.
Швеція	З 28 грудня і при в'їзді до Швеції від усіх іноземних туристів вимагатимуть негативний результат тесту на COVID-19, незалежно від того, чи вони були вакциновані. Тест має бути зроблений не раніше як за 48 годин до прибуття до Швеції, а поширюватиметься ця вимога як на дорослих, так і на дітей віком від 12 років.
Греція	З 19 грудня 2021 року усім без виключення особам (включаючи дітей з 5 років) при в'їзді в Грецію необхідно мати ПЛР-тест, зроблений не раніше ніж за 72 години (рахуючи від часу взяття забору до прибуття на пункт пропуску в Грецію) або лабораторний тест на антиген, який необхідно зробити не раніше ніж за 24 години до прибуття. Крім цього подорожуючим з України обов'язковим залишається заповнення спеціальної форми PLF. Заповнити її можна на офіційному порталі за посиланням не пізніше ніж за 24 години до перетину кордону. Пасажири також можуть мати при собі в цифровій формі у додатку "Дія" з QR-кодом з інформацією про вакцинацію або надрукований формі.
Франція	У Франції посиленні обмеження з 3 січня. У кінотеатрах і транспорті дальнього сполучення заборонять вживати їжу і напої, а в ресторанах і барах дозволять обслуговувати лише клієнтів із

	<p>сидячими місцями. У центрі міст введений обов'язковий масковий режим.</p> <p>Щоб потрапити до Франції українцям потрібно мати сертифікат про повну вакцинацію та плр-тест або тест на антиген, зроблені не пізніше ніж 48 годин до моменту прибуття до країни.</p> <p>Якщо громадянин України не пройшов вакцинацію, він також може в'їхати до Франції, але тільки за умови пред'явлення документу, що підтверджує “нагальну необхідність” в'їзду до Франції. Він також мусить мати при собі ПЛР-тест, зробленого не більше ніж за 48 годин або тест на антиген, зробленого не раніше, ніж за 48 години до в'їзду. Крім цього турист має пройти тест на антиген в аеропорту Франції після прибуття та піти на 10-денну самоізоляцію [35].</p>
--	--

Джерело: складено авторкою

Отже, в країнах світу, включаючи країни Європейського Союзу діють обмежуючі правила яких потрібно притримуватись у місцях скупчення людей, це місія готельно- ресторанної сфера та подібні їм, в країнах з високим ризиком та відсотком захворювання дотримання правил є обов'язковим навіть на вулиці. Загальноприйнятими правилами в країнах світу є:

- **Соціальна дистанція та маски**

Соціальна дистанція перед усім передбачає обмеження при пересуванні, а саме:

1,5 метра – є мінімальною відстанню між людьми. Дотримання мінімальної відстані в 1,5 м. між людьми є обов'язковою.

Виключенням з цього правила є такі випадки:

- батьки з дітьми, які потребують догляду (до 13 років),
- особи, що живуть разом або ведуть спільне господарство,
- особи, що мають свідоцтво про інвалідність або ступінь інвалідності, особи, що мають свідоцтво про необхідність спеціального навчання, особи, що не можуть самостійно пересуватися, та їх опікуни.

Також однією з вимог є прикривання рот і ніс тільки за допомогою спеціальної, медичної, марлевої або ж респіраторної маски.

Необхідно обов'язково прикривати рот і ніс в закритих просторах по всій країні. Затуляти ніс і рот можна тільки маскою. Хустки, шарфи, щитки заборонені, оскільки вони не виконують свою основну функцію, тобто не захищають від вірусу.

Рот і ніс треба обов'язково прикривати, зокрема:

- у спільних частинах нерухомості (наприклад, на сходовій клітці),
- в автобусі, трамваї та поїзді,
- в магазині, торговому центрі, банку, на ринку, в поштовому відділенні,
- на робочому місці, коли в кімнаті знаходиться більше 1 особи (якщо роботодавець не вирішить інакше),
- на робочому місці під час безпосереднього обслуговування клієнтів,
- в кіно і театрі,
- у лікаря, в поліклініці, лікарні, салоні масажу і татуювання,
- в церкві, школі, інших навчальних закладах,
- в офісах та інших громадських будівлях (у судах, установах культури, банках, поштових відділеннях тощо)
- у школах та навчальних закладах під час перерв між уроками та заняттями, якщо інше не визначено керівником закладу.

Винятком є не обов'язкове носіння маски на відкритому повітрі, у лісі, парку, зелених зонах, ботанічних садах, історичних парках, на дорогах і площах, на кладовищах, набережних, бульварах, місцях для паркування транспортних засобів, лісових стоянках, на дачних ділянках, пляжах, а також під час подорожі на особистому автомобілі, мотоциклі, квадроциклі, мопеді, на робочому місці під час їжі.

Детальна інформація про прикривання рота і носа, а також інформація про винятки з цих правил знаходяться в постанові протидіючі правила та обмеження кожної країни індивідуально. Від обов'язку прикривати рот і ніс звільняються особи, які мають медичну довідку або документ, що підтверджує:

- загальні розлади розвитку,
- психічні розлади,
- помірний, значний або глибокий ступінь розумової відсталості,
- труднощі самостійно відкрити або прикрити рот чи ніс.
- **Карантин**

Карантин в залежності від пандеміологічної ситуації в кожній країні окремо може тривати:

- 5 днів (якщо ви надаєте послуги хворим на COVID-19)
- 7 днів (при приїзді туриста з-за кордону).

В залежності від ситуації та результатом ПЦР тесту на ковід, людину можуть посадити на карантин або ізоляцію.

При виявленні позитивного результату на ПЦР тест та захворювання людини на COVID-19 її відправляють на ізоляцію, яка триває 7 днів, якщо при повторному тестуванні у подорожуючого не проявились симптоми COVID-19, його можуть звільнити. Лікар первинної ланки може вирішити продовжити ізоляцію, якщо цього вимагає стан вашого здоров'я.

Винятком є:

- Від карантину звільняються щеплені особи, які отримали негативний результат тесту.
- Нещеплені особи звільняються від карантину в разі отримання негативного результату тесту після закінчення ізоляції людини, з якою вони проживають.
- Особи, які хворіли на COVID-19 не раніше ніж за 6 місяців до дня отримання позитивного результату діагностичного тесту на SARS-CoV-2 (якщо карантин було введено через хворого співмешканця, вакцинована особа звільняється від карантину тільки після отримання негативного результату тесту),

Під час карантину:

- не можна залишати помешкання, готель, місце відпочинку

- прогулянки з собакою, вихід у магазин чи до лікаря заборонені,
- у разі появи симптомів захворювання слід звернутись до клініки та домовтєсь про віддалену консультацію з лікарем загальної практики.

У разі недотримання карантину або ізоляції у кожній країні індивідуально працює система штрафів. Наприклад у Польщі поліція під час патрулювання відвідує осіб, які перебувають на карантині і перевіряє, чи залишаються вони за місцем свого тимчасового перебування.

- **Кордони і міжнародний рух**

Інформацію що до правил в'їзду та перебування на території певної країни слід перевіряти на сайті Прикордонної служби країни до якої буде здійснюватися подорож.

Тести на COVID-19 є обов'язкові для осіб, які прибувають з-за меж Європейського Союзу, Шенгенської зони та Туреччини. Вони повинні показати негативний результат тесту на COVID-19. Або пройти тест в спеціальних лабораторіях, які наразі є навіть в аеропортах багатьох країн, який потрібно зробити не пізніше ніж впродовж трьох годин після прильоту, він має бути дійсним і отриманим не раніше ніж за 24 години до прибуття. У разі відсутності результатів тесту необхідно відбути карантин. Обов'язок проведення тесту поширюється й на вакцинованих осіб і тих, хто одужав. Не потрібно проходити карантин, якщо ви маєте негативний результат тесту на антиген або PCR і відповідаєте одній із наступних умов:

1. пройшли повний цикл щеплення:

- вакциною, зареєстрованою в Європейському Союзі
- після отримання останньої дози вакцини минуло 14 днів (рахуючи від дня, наступного за днем щеплення),
- проходження вакцинації підтверджено європейським цифровим сертифікатом COVID або іншим документом польською або англійською мовою, що засвідчує щеплення.

2. Ви одужали після зараження вірусом SARS-CoV-2:

- не раніше ніж за 6 місяців до дня перетину кордону країни,

- маєте документ, що підтверджує факт захворювання, польською або англійською мовою, наприклад, європейський цифровий сертифікат COVID [35].

Карантинні обмеження і способи їх залучення також стали частиною туристичної сфери і інновацією. Окрім інноваційних видів туризму були створенні інноваційні помічники, що застосовуються у туристичній сфері, допомагаючи спростити роботу в багатьох напрямках, залучити більше споживачів та урізноманітнити наявні пропозиції відповідно до попиту сучасного споживача, а саме:

- Роботи, чат-боти і автоматизація

Роботизацією в світі дуже популярна Японія, яка набагато раніше порівняно з Європейськими країнами перейшла на обслуговування споживачів за допомоги роботів, які виконують роль персоналу у ресторанно-готельних комплексах. Однак за роки ситуації з пандемією, країни Європи потрохи перейшли до залучення інновацій світу, а саме роботів до роботи в наданні послуг та обслуговування споживачів.

Одним з найбільш яскравих прикладів цих туристичних тенденцій є Connie, робот-консьєрж мережі готелів Hilton. Інші готелі також йдуть в ногу з часом, встановлюючи інтерактивних роботів для виконання певних функцій, наприклад реєстрації туристів або подачі їжі і напоїв відвідувачам.

Це нововведення роботів-персоналу далеко не єдине. Багато клієнтів віддають перевагу простоті процесу і тепер бронюють свої поїздки і проживання за допомогою чат-ботів, які можуть обробляти запити і пропонувати допомогу, спілкуючись напряду із споживачами, надаючи відповіді на їхні запитання всього за пару секунд.

«Технологічна гостинність» – так готелі описують взаємодію гостей, персоналу і технологій на території готелю. Технології повинні бути зручними і надавати вибір мандрівникам. Важливо пам'ятати, що поки хтось вважає за краще вирішувати всі питання за допомогою смартфона і прагне мінімізувати спілкування, іншим зручніше отримувати поради від «живої людини».

- Доповнена та віртуальна реальність

З віртуальною реальністю в наше життя щільно увійшла і доповнена реальність (AR). Вона поєднує в собі віртуальні елементи з реальним досвідом. Тенденції AR-подорожей включають в себе відвідування музейних експонатів, що легко реалізується за допомогою смартфонів.

Ще один приклад – додаток Navitaire, що дозволяє користувачам віртуально вивчати місця для відпочинку та одразу бронювати майбутні подорожі. Це значно спрощує процес обрання місця подорожі та відпочинку.

- Голосові помічники

Показник точності розпізнавання голосу і обробки мови становить більше 95%. На сьогоднішній день такі платформи як Google Home, Amazon Alexa і HomeHub від Apple дозволяють з легкістю «спілкуватися» з комп'ютерами. Це звичайна справа для десятків мільйонів людей по всьому світу.

Клієнти очікують того ж і під час подорожей. Amazon розробив Alexa для готельного бізнесу, сконцентрувавши увагу на великих готельних мережах і апартаментах для відпустки. Це дозволяє спростити проживання для туристів, адже голосовий помічник допомагає у таких завданнях як контроль температури або освітлення в приміщенні, пошук місцевого ресторану і пам'яток, дзвінки і навіть в'їзд чи виїзд з готелю.

- Екологічно безпечні подорожі і свідомий туризм

У 2020 році тревел- і авіа галузі зіткнуться з великою PR-кризою – їм потрібно буде змінити сприйняття клієнтів про те, що індустрія негативно впливає на клімат.

У звіті про екологічно безпечні подорожі Booking.com за 2019 рік (Sustainable Travel Report 2019) наголошено, що за останній рік 55% респондентів по всьому світу стали більш стурбовано реагувати на вплив своїх поїздок на навколишнє середовище.

У жовтні швейцарський банк UBS заявив, що кожен п'ятий мандрівник літав менше через зростання екологічних проблем, підтримуючи еко-рух flight-shaming [29].

Отже, під впливом COVID-19 було залучено багато інновацій у роботу сфери туризму, це ж саме стосується і інноваційних видів туризму, збільшився кількісний і урізноманітнений показник пропозицій туристичного продукту відповідно до попиту сучасного споживача. Багато видів туризму, які існували до періоду пандемії розділились на нові підвиди. Індустрія туризму не стоїть на місці та розвивається ідучи в ногу з технологіями. Фахівці у сфері туризму знаходять виходи з скрутних становищ, наприклад створивши онлайн платформи для звичайних екскурсій, просто створивши більш безпечніші умови та утримавши споживача. Звичні види туризму знаходяться у постійному пошуку нових напрямків і знаходять їх, а такі кризові ситуації стають викликом і поштовхом для скорішого їх знаходження.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ЕС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

3.1 Перспективи розвитку інноваційних видів туристичної діяльності як відповідь на виклики пандемії COVID-19

Проаналізувавши та обробивши матеріали та научні статті з теми інноваційний туризм та COVID-19 маємо висновок, що економіка багатьох країн зазнала значних збитків, однак це стало поштовхом для виходу з ситуації і розробки нових напрямків і видів туризму для збереження, а в майбутньому збільшення попиту на туристичні послуги. Адже завдяки цьому у туристичну сферу були залучені технології, нові методи, підвищення кваліфікації працівників за новими стандартами, виникнення інноваційних видів туризму. Однак як в пандемії, так і в інноваціях є певні перспективи та проблеми для подальшого розвитку, що ставлять під питання швидкість популяризації, або зменшують темп розповсюдження по всьому світу.

Проблемами інноваційного туризму є:

- Відсутність бажання споживачів використання інновацій та сприймання чогось нового.
- Відсутність достатнього фінансування інноваційних проектів
- Відсутність достатнього рівня фінансів у споживача
- Недостатній рівень інформування
- Погіршення психологічного стану, якщо мова йде про використання штучного інтелекту
- Відсутність кваліфікованих кадрів
- Відсутність стабільних умов у міжнародних відносинах
- Екологічні, кліматичні катастрофи
- Політичні, воєнні конфлікти, форсмажорні ситуації

- Досить довготривалий процес розповсюдження та задіяння інновацій
- Витрати великої кількості коштів на обслуговування технологічних пристроїв, та пристроїв їх створення та розповсюдження
- Скорочення робочих місць.

Через загрозу екологічних і кліматичних катастроф, політичних і воєнних конфліктів питання розвитку туризму постає загалом, не тільки інноваційного. Адже через такі перешкоди будь-який розвиток стає неможливим до вирішення даних проблем. По вирішенню певних загроз та пристосуванні до певних ситуацій таких як світова пандемія виникають новітні методи вирішення задач, інноваційні види туризму, та розширюється спектр пропозицій.

В сучасному світі туризму COVID-19 надав змогу подорожувати не виходячи з дому, туристи дізнались про місця до яких раніше просто не було часу доїхати, наразі все спростилося і стало більш доступним для розвитку кругозору і подорожей. З однієї сторони це спрощення життя, з іншої замикання у просторі. Перехід у віртуальне життя має свої переваги, але на мою думку більше мінусів. Це також буде впливати на здоров'я. Адже туризм як на мене це розвиток та задоволення фізичного і морального здоров'я.

Під час подорожей людина надихається, отримує нові враження, запам'ятовує країну на смак, на дотик, на запах, а інтернет реальність лишає можливості все це відчутти, лишає можливості прожити весь цей туристичний досвід. До того ж, психологи розробили версію, що саме перебування у чотирьох стінах і у світі інтернету, в самотності, призводить до поганого самопочуття та навіть депресії, що не є неочікуваним. Тому більшість людей більш схильна до подорожей в реальності, це як прогулянка на свіжому повітрі тільки трохи довша ніж один день.

У 2020 році туризм зазнав найглибшої кризи в історії туристичної галуззі в порівнянні з іншими роками через спалах захворюваності на COVID-19, в цей рік кількість міжнародних прибуттів впала на 74%.

2020 рік був роком закриття кордонів. Туристична сфера опинилась у стані форсмажору. 30 січня 2020 року Всесвітня організація охорони здоров'я

(ВООЗ) оголосила COVID-19 глобальною аварійною ситуацією. Впродовж місяців і до 11 березня спираючись на ситуацію в світі було оголошено глобальну пандемію. Кількість міжнародних туристів впала на 29% у першому кварталі 2020 року та зменшився на 95% протягом другого кварталу цього ж року на тлі всесвітніх введень карантинів та обмежень на подорожі.

Після цього міжнародні подорожі майже повністю припинилися, закриття більшості міжнародних кордонів наприкінці березня, призвела до того, що кількість прибуттів впала на 97% у квітні та на 96% у травні, ці показники стали найнижчими за всю історію туристичної галуззі.

В квітні, практично всі напрямки світу реалізували деякі форми обмежень на міжнародні поїздки: 82% впровадили повне закриття кордонів і 18% з частковим закриттям або їх обмеженням .

Оскільки рівень зараження, здавалося, зменшився впродовж наступних місяців багато країн пом'якшили обмеження на поїздки напередодні літа, особливо в Європейському Союзі, що призвело до незначного і короткочасного відродження міжнародного туризму. Результати погіршилися у вересні та решті місяців року, через сплеск випадків COVID-19 і сплеск їх різновидів. Незважаючи на поступове послаблення обмежень на подорожі (у 70% світових напрямків було пом'якшено обмеження на поїздки з 1 листопада) та зменшення в кількості напрямків з повним закриттям кордонів, яке сталось в останньому кварталі 2020 року, спостерігалось зниження прибуттів з туристичною метою на 85% [48].

Ще однією проблемою окрім форсмажорних ситуацій, по типу світових пандемій для розвитку інноваційного туризму є недостатнє фінансування та дуже великі витрати на його створення, розповсюдження, популяризації та самої прийняття участі у подорожі. Прикладом інноваційного не дешевого туризму є космічний, який був створений і запущений у дію досить недавно компанією SPACEX і вже має своїх перших туристів.

Космічний туризм - припускає польоти в космос або на навколоземну орбіту в розважально- пізнавальних або науково-дослідних цілях. За словами

розробників систем комерційних космічних польотів, це дуже прибутковий бізнес. Заможні люди готові заплатити будь-які гроші за те, щоб випробувати що-небудь неймовірне і неповторне. У цьому плані з польотом в космосі мало що може зрівнятися. Для менш заможних любителів космічних пригод центри підготовки космічних польотів пропонують найширший спектр послуг, наприклад, на відповідних тренажерах випробувати відчуття невагомості.

Як пишеться в сатті Джої Рулетте "SpaceX launches its first private crewed mission to space":

"SpaceX запустила в космос чотирьох космічних туристів - це перша для компанії місія з виключно цивільними особами на борту, серед них немає жодного справжнього космонавта. Вона отримала назву Inspiration4.

Запуск ракети Falcon 9 відбувся у квітні 2022 року зі стартового майданчика 39А Космічного центру Кеннеді (Флорида) о 20:02 за місцевим часом. Приблизно через дев'ять хвилин після старту перший щабель відокремився і повернувся на баржу в Атлантичному океані. Кілька хвилин по тому від Crew Dragon відокремився і другий щабель. Наступні півтори години капсула поступово піднімалася на задану орбіту рахунок періодичних включень двигуна. Цікаво, що цей Crew Dragon використовується повторно: близько року тому він доставив чотирьох астронавтів МКС. Але місія Inspiration4 не має на увазі стикування з МКС - космічні туристи проведуть три дні на орбіті Землі, на висоті близько 580 км.

Усередині космічного корабля знаходиться підприємець-мільярдер Джаред Айзекман (Jared Isaacman), засновник компанії з обробки платежів Shift4 Payments, Хейлі Арсено (Hayley Arceneaux), 29-річна дівчина, яка працює помічником лікаря, Крістофер Семброски (Christop) Lockheed Martin, і Сіан Проктор (Sian Proctor), геолог та колишній кандидат в астронавти NASA." [43].

На сьогодні не всі споживачі готові відмовитись від видів туризму до яких вони вже звикли та віддати купу грошей для отримання нового досвіду та відчуттів. Залучення технологій, розробка та популяризація з використанням

маркетингових компаній також вимагає значних інвестицій у інноваційні проекти, які будуть мати змогу стати дешевшими в майбутньому, на це піде не один рік. Отже основною і глобальною проблемою для розвитку туризму в країнах Європейського Союзу є зовнішні макро чинники, на які неможливо вплинути, але є змога тільки підлаштуватись під них, у випадк якщо підлаштуватись не виходить, є ймовірність стикнутись з кризовими ситуаціями.

Світовий туризм є най динамічнішою формою міжнародної торгівлі, джерелом валютних надходжень, сприяє залученню іноземних інвестицій, розширенню сфери транспортної та відпочинково-розважальної інфраструктури, збільшенню робочих місць, зокрема в економічно нерозвинених регіонах. Розширенню міжнародного туризму сприяли зменшення воєнних конфліктів, економічне зростання, розвиток освіти, культури, духовності, інформаційної сфери, збільшення грошових доходів населення тощо. На підставі проведенного дослідження обробки та вивчення матеріалів, проаналізувавши виявленні проблеми розвитку інноваційного туризму в країнах Європейського Союзу, визначимо подальші перспективи розвитку інноваційного туризму спираючись на них.

Перспективами подальшого розвитку та задіяння інноваційного туризму є:

- Розширення кордонів можливостей
- Різноманіття туристичних продуктів
- Економічна вигода країни де розвивається інноваційний туризм
- Вихід на технологійчний рівень, розвинутість країни
- Залучення більшої кількості туристів, після проходження певного виду етапу адаптації
- Нові можливості в туризмі
- Збільшення робочих місць, за рахунок підготовки кваліфікованих кадрів, їх навчання, розробки та створення допоміжних технологій, тощо

- Зменшення розповсюдження вірусів та хвороб, у випадку дистанційних подорожей
- Зменшення черг та скупчення туристів біля пам'яток, у випадку з віртуальним туризмом
- Екологічна вигода, менший живий потік туристів, менша забруднюваність довкілля.

Завдяки пандемії туристична сфера як і більшість галузей перейшла у світ віртуалізації. У період пандемії фахівці у сфері туризму вдало поєднували картинку в інтернеті, проводили онлайн зустрічі, конференції та розробляли онлайн тури, також винахідом стали онлайн екскурсії за допомоги яких споживач міг зайти на сайт і вибрати екскурсію на якій він міг би побувати та переміститись туди в реальному часі під музичним супроводом з індивідуальним гідом. Такі винаходи допомогли знайти вихід з ситуації, що виникла в світі і хоч трошки утримати споживача, а також це стало гарним поштовхом для того, щоб захопившись онлайн екскурсією споживач був зацікавлений в тому, щоб відвідати її в майбутньому і побачи все на вживу на власні очі.

Окрім іновацій в інформаційному, технологічному просторі туристичної сфери, нові види туризму, що виникли не так давно отримали змогу на нове життя, на відродження після пандемії з оновленими пропозиціями.

Через пандемію в світі показни туристичних прибуттів значно скоротились, туристична сфера зазнала ніштівних втрат, останнє опитування експертної групи щодо перспектив розвитку туризму за ЮНВТО показує: неоднозначний прогноз на 2021 рік. Майже половина респондентів (45%) передбачили кращі перспективи на 2021 рік порівняно до минулого року, тоді як 25% очікують подібних показників, а 30% передбачають погіршення результатів.

Експерти передбачають зростання попиту на екологічний туризм та його підвиди, такі як сільський він же зелений туризм, подорожі до національних парків природи, заказників, тощо. та розвиток внутрішнього туризму і

розвиток «повільних подорожей» до яких все більше зростає інтерес як серед іноземних так і європейських туристів .

Більшість експертів не бачать великих темпів розвитку туризму та збільшення туристичних прибуттів більше ніж до років пандемії в найближчий рік, прогнози свідчать більше про повернення до рівня, який був до пандемії до 2023-2024 року або пізніше.

Поступове впровадження вакцини проти COVID-19 по очікуванням експертів у сфері туризму, має допомогти відновити довіру споживачів, сприяти послабленню обмежень на подорожі до країн Європейського Союзу та повільно нормалізувати подорожі протягом 2022 року.

За даними Всесвітньої туристичної організації названо п'ять видів туризму, що мають великі перспективи у розвитку та популяризації у XXI ст.:

- 1) круїзи – один із найперспективніших та бурхливо зростаючих видів туризму. Якщо на початку 1980 р. кількість «круїзних» туристів складала 1,5 млн. осіб, то нині –10 млн., і їх кількість постійно зростає;
- 2) пригодницький туризм – для любителів гострих відчуттів . Постійно зростає попит на сходження на найвищі вершини світу та екскурсії по морських глибинах;
- 3) культурно-пізнавальний туризм – активно розвивається в Європі, Азії, Близькому Сході, відповідно, зростає значення охорони пам'яток культури;
- 4) діловий туризм – набув активного розвитку нині і розвиватиметься і в майбутньому, що пов'язано зі швидкими темпами розвитку світової економіки, поглибленням політичних та економічних зв'язків між різними державами світу;
- 5) космічний туризм – за даними американських фахівців, забезпечить щорічний дохід у розмірі 10 млрд. дол. США [34].

Окрім перспектив вже існуючих видів туризму, перспективним є залучення у створення та роботу туристичної сфери інновацій. Прикладом є застосування інтерактивних роботів-помічників, які набувають популяризації

у використанні у готельно- ресторанній сфері з метою обслуговування споживачів. Деякі готелі йдуть в ногу з часом, встановлюючи інтерактивних роботів для виконання певних функцій, наприклад реєстрації туристів або подачі їжі і напоїв відвідувачам. Як, наприклад, робот Aura в сінгапурському готелі M Social за проектом Філіпа Старка, яка в перспективі може бути перейнята і в багатьох готелях Європейського Союзу.

Ще один приклад інновацій для застосування у туристичній сфері – додаток Navitaire, що дозволяє користувачам віртуально вивчати місця для відпочинку та одразу бронювати майбутні подорожі. Тревел-індустрії слід серйозно залучитись у розробку та використання VR в глобальному масштабі. VR може бути використана в системі розваг під час польотів, надаючи пасажиром ще одну опцію на борту літака. Такі авіакомпанії, як Iberia, Singapore Airlines і SunExpress, вже успішно протестували ці технології, запропонувавши пасажиром використовувати гарнітуру для перегляду 3D-фільмів або гри в відео-ігри на висоті 30 000 футів.

Ще однією новітньою технологією є супер-додаток для подорожей.

Ідея використання супер-додатку для подорожей з'явилася давно. Очікується, що вона стане трендом. Так, нещодавно Booking.com опитав 12 500 мандрівників з приблизно 30 країн і 57% з них відповіли, що хочуть отримати «єдиний додаток для планування і бронювання подорожей».

Такий супер-додаток вже існує в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де електронна комерція і додатки для обміну повідомленнями, такі як WeChat, Alipay і Meituan в Китаї, Line в Японії і PayTM в Індії, стали універсальними. З їх допомогою користувачі можуть не лише спілкуватись, а ще й оплачувати авіаквитки та розміщення в готелях, замовляти їжу або купувати речі онлайн.

Такі додатки значно облегшують життя і вибір споживача, та зберігає вільний час зробивши вибір всього за пару натискань не виходячи з дому, таким чином споживач залишається з певною туристичною компанією тільки

у віртуальному виді, забезпечуючи компанію фінансово, головне, щоб ці додадки були максимально прості і зрозумілі для споживача.

Туризм в будь-якій ситуації, за будь-яких обставин буде розвиватися. Після будь якого спаду і кризи починається зріст. З будь-якої ситуації є вихід, прикладом на глобальному туристичному ринку є розвиток онлайн туризму, тим більше що наразі розробляється версія створення і переходу всього життя у віртуальну реальність, технологія розробляється засновником і власником компанії Meta раніше відомої як Facebook Марком Цукербергом. За його словами в найближчому майбутньому весь світ перейде у віртуальну реальність і буде жити у світі віртуальних окулярів. Тому, якщо так і станеться, у туризму є шанс на стрибок у віртуальному світі, над чим вже слід працювати і думати чим можна буде здивувати прискіпливого споживача. Завдавши технологічного впливу на вибір мандрівників.

У статті Георгія Вишні висвітлену цю тему, в ній описано наступне:

"У середині жовтня 2021 року компанія Facebook збентежила не лише експертів ІТ-індустрії, а й усіх користувачів інтернету своїми гучними заявами про стратегічні наміри реалізувати масштабний проект Metaverse (мета-Всесвіт). Про це 18 жовтня заявив один із керівників компанії Нік Клегг (Nick Slegg) у блог-пості «Інвестиції у європейські таланти, щоб допомогти створити Метавсвіт».

Інтерес ще більше посилюється, коли 28 жовтня під час віртуальної конференції Connect 2021 Марк Цукерберг, CEO компанії, оголосив не тільки про офіційний старт цього проекту, а й про ребрендинг компанії Facebook – відтепер вона змінить свою назву на Meta.

Компанія Meta (колишня Facebook) бачить Metaverse як поєднання сучасних Інтернет-технологій із технологіями VR (virtual reality, віртуальна реальність) та AR (augmented reality, доповнена реальність), внаслідок чого користувачі будуть не лише «споглядати» глобальну мережу, а й «жити» в ній як у віртуально-реальному Всесвіті. А за технологічними здобутками в галузі

VR/AR-технологій стоять потужні й розвинуті технології штучного інтелекту."[32].

З даної статті можна зробити висновки, що ідея життя в віртуальному світі реальна і вже знаходиться в стані розробки. Тому віртуальний туризм також має змогу на розвиток використовуючи технології віртуалізації.

Не слід плутати віртуальну реальність із доповненою. Їх принципова відмінність у тому, що віртуальна конструює новий штучний світ, а доповнена реальність лише вносить окремі штучні елементи в сприйняття світу реального.

- Віртуальна реальність (VR, virtual reality, VR, штучна реальність) – створений технічними засобами світ, який передається людині через її відчуття: зір, слух, дотик і інші. Віртуальна реальність імітує як вплив, так і реакції на вплив. Для створення переконливого комплексу відчуттів реальності комп'ютерний синтез властивостей і реакцій віртуальної реальності проводиться у реальному часі.
- Доповнена реальність (в перекладі з англійської augmented reality або AR) – це доповнення фізичного світу за допомогою цифрових даних, яке забезпечується комп'ютерними пристроями (смартфонами, планшетами та окулярами AR) в режимі реального часу.

Мандрівники живуть в епоху багатоканального світу з безліччю підключених пристроїв. Доступ до тревел контенту відкритий і фрагментований. Лояльність до певного бренду або місця для відпочинку – пережитки минулого. Адже вибір такий великий і знаходиться на «відстані» одного кліка. Технології також можна використовувати для персоналізації подорожей. Один із способів підвищити лояльність мандрівників і стимулювати повторні покупки – дати їм те, чого вони хочуть. Персоналізація працює тільки в тих випадках, коли дані можуть бути зібрані, проаналізовані та оброблені. Таким чином, для потрібного клієнта відображається «правильний», релевантний саме для нього, продукт.

Туризм має перспективу відновлення, адже людина потребує подорожей. Сучасному туристу складно уявити своє життя без подорожі. Коли відкриті кордони і перед тобою весь світ, складно утриматись від спокуси подивитись на нього. Подорожі відновлюють моральний стан, навіть під час активного туризму людина відпочиває і відновлюється, що дає змогу працювати далі, відновлюються думки, людина набирається нових вражень і потім має змогу творити.

На сьогодні також є тенденція більш до самодіяльного туризму. Створено безліч сайтів і додатків через які споживачі самостійно без якихось труднощів можуть забронювати собі місце зупинки, перебування, купити білети на літак, оплатити екскурсію і самостійно побудувати собі маршрут не переплачуючи за послуги. Тому є сенс розвитку віртуальних туристичних фірм, або переходу в інтернет вже існуючих, які б надавали послуги та контактували з людиною на відстані не виходячи за межі дому.

Сучасна людина дуже прискіплива до якості надання послуг та якості обслуговування, ще до відправлення у подорож, сучасний споживач дуже цінує свій час, саме тому перехід в світ інтернету має досить велику перспективу, адже він пришвидшить процес надання послуг і їх купівлі, а ще це буде максимально безпечно враховуючи карантинні обмеження.

3.2 Актуальні напрями упровадження інноваційних видів туризму в Україні за досвідом країн ЄС

COVID-19 вніс свої корективи на діяльність туристичної галузі не тільки в країнах Європейського Союзу, а й усього світу в цілому. Україна завдяки такому розвитку подій підвищила свій стан внутрішнього туризму, це зображено на рис.3.2 (діаграма внутр туризм до 2019, після), але значно скоротився відсоток виїздного туризму, що безсумнівно вплинуло на стан туристичної діяльності і сектору економіки, що залежив від туристичної галузі.

Частка туризму в загальній економіці України є темою активних дискусій. За різними оцінками вона дорівнює близько 1,4-9%ВВП. Міжнародні структури (Всесвітня туристична організація ООН, ЮНВТО) визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України⁶. Пов'язана з туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму. В'їзний потік із-за кордону займає незначну частину від загального обсягу національного туризму. Абсолютна більшість українців (67%) проводять відпустку в Україні, і лише третина (33%) - за кордоном.

Через карантинні обмеження виїзний туризм в Україні скоротився на 90%. В'їзний скоротився до 1%. Відразу після введення карантину 35-40% готелів в Україні закрилися, інші працювали у дуже обмеженому режимі. Ті, хто працювали (7-8 тисяч об'єктів), втратили від 60 до 90% доходу. Під час карантину завантаження було 10–15%. На вересень — листопад планове завантаження могло б скласти до 40–50%, однак через загрозу другої хвилі коронавірусу більшість бронювань скасовують [34].

На сьогодні, реальний шанс розвитку внутрішнього туризму в кожній країні. Для внутрішнього туризму України прикриття кордонів стало гарним поштовхом розвитку туризму, влітку – Одеса, затори і постійне прибуття, взимку – Закарпаття, зокрема курорт Буковель. Туристи України за час карантину дізнались про багато нових місць, сел, маленьких живописних містечок про які раніше не здогадувались подорожуючи лише за кордон. В цьому досить вагомий внесок зробили інновації, саме завдяки ним туризм не стояв на місці, а дав можливість дізнатись про нові місця не тільки за кордоном, а й всередині країни. Завдяки українським кліпмейкерам світ дізнався про Україну більше, за рахунок відео 'What is Ukraine', у відео були позначенні місця, після чого їх відвідала досить велика частина як іноземців так і українців, піднявши тим самим рівень національного туризму.

Такі перешкоди як карантинні умови та пандемія, змушує людину робити еволюційні поштовхи, знаходити нові виходи із ситуації для

продовження та більшої популярності діяльності певної галузі. Україна переймає досить вагомий досвід від країн Європейського Союзу з багатьох питань, туристична сфера не є винятком. Отже розвиток інновацій і інноваційних видів туризму можливий в майбутньому і в Україні. Деякі новинки, що вже користуються популярністю в Україні, ще навіть незнайомі за кордоном. Адже Україна має значні успіхи у сфері айти, а наразі це є важливим в будь-якій сфері. Комп'ютерні технології використовуються для розробки нових турів та популяризації мало відомих місць або для зацікавлення споживача та привертання його уваги до певних міст.

Пандемія стала поштовхом для використання та залучання інноваційних технологій у сферу туризму, Україна почала 2021 рік із офіційного запуску сайту Ukraine.ua, який став повноцінним ресурсом як для туристів, так і для бізнес-інвесторів. Сайти на сьогодні є важливим інструментом для контакту і привертання споживачів до туризму в кожній країні, він має бути доступним для розуміння і інформативним.

Як і в країнах Європи, в Україні за час пандемії продовжили розвиток в новому сенсі розуміння вже існуючі до цього вид туризму, однак для України вони є досить молодими та тільки набирають обертів в популяризації та перебувають в пошуку свого споживача. Прикладом таких видів туризму є гастрономічний туризм. Гастрономічні тури ставлять своєю метою вивчити особливості кухні певної країни.

В Україні такий вид туризму поки тільки зароджується, і подібних турів в чистому вигляді ще немає, тому елементи гастрономічних турів включають в основні програми. Знайомство з українською кухнею відбувається під час відвідування кращих національних ресторанів країни, де суворо дотримуються українські традиції приготування і сервіровки страв. У зв'язку з глобалізацією та імміграцією великої кількості людей все більшою популярністю в майбутньому буде користуватися етнічний туризм, що дозволяє відвідати місце народження або походження сім'ї, а також місця проживання родичів або близьких. Цей вид туризму носить назву

ностальгічного. Пріоритетне значення цей вид туризму має для країн, де проживають великі діаспори людей родом з інших країн [34].

За час пандемії в Україні було створено більше 150 сайтів з віртуальними екскурсіями до різних музеїв та виставок країни. Прикладом є віртуальна прогулянка дендрологічним парком "Софіївка" що в Умані. 8 лютого 2004 року Указом Президента України за № 249/2004, дендрологічному парку надано статус національної установи і назву „Національний дендрологічний парк „Софіївка”. Підставою для цієї події є чергове, на державному рівні визнання дендрологічного парку „Софіївка” Національної академії наук України як світової пам’ятки садово-паркового мистецтва, як провідного науково-дослідного природоохоронного і культурного центру, що досягнув найвищих показників у своїй діяльності щодо використання інтелектуального потенціалу нації, реалізації ідей національного відродження та розвитку України [20]. На сайті надано карту пересування, короткий опис місця та його візуалізація. Він надає можливість прогулятись парком та дізнатись про нього щось нове та цікаве не виходячи з дому з повним відчуттям реальної присутності.

Також є досить цікавим розробка сайту дуже схожого на відео гру. В основі задумки є 7 музеїв просто неба, що знаходяться в різних куточках України, по яких пропонується віртуальна екскурсія. Серед музеїв на вибір є : національний музей народної архітектури та побуту в Ужгороді, Музей народної архітектури і побуту «Шевченківський гай» у Львові, Запорізька Січ на Запоріжжі, Резиденція Богдана Хмельницького у Чигирині, музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини у Переяславі, Мамаєва Слобода у Києві, музей народної архітектури та побуту України у Києві.

Цей проект було розроблено для більшого пізнання України, її культури та історії, а також просування та популяризації її на міжнародному туристичному ринку. На сайті представлені сім автентичних музеїв під відкритим небом, кожен з яких представляє собою віртуальну подорож, де можна перенестися на століття назад і доторкнутися до минулого,

познайомитися з українською культурою і побутом [21]. При обранні музею видається віртуальний персонаж яким споживач подорожує музеєм. Також надається коротка інформація про музей, його місце знаходження та посилання на сайт цього музею. На вибір надається декілька локацій, споживач може обійти все. Подорож відбувається у супроводі розказу про дане місце.

Після пандемії сфера туризму почала відновлюватись, відкрились нові маленькі туристичні агенції, однак наразі попри прогнози після воєнного розвитку туризму, подальша доля цієї сфери невідома, адже невідомою є доля не тільки подальшого розвитку всіх галузей, а й доля країни в цілому.

В Україні, як і в усіх країнах Європейського Союзу діють карантинні обмеження, це: носіння маски в громадських місцях і місцях скупчення людей, дотримання дистанції в 1,5 метра, використання антисептиків та обов'язкова наявність ПЦР тесту або щеплення.

Як досвід, який можна взяти з країн Європейського Союзу, для України для прикладу з інноваційних видів туризму є VR туризм або ж віртуальний. Віртуальний туризм є універсальним в використанні і задіянні навіть проектуючи туристичні маршрути на сьогоднішній день. Для відновлення та продовження популяризації України, її пам'яток та визначних туристичних місць за кордоном, для відновлення роботи туристичної сфери віртуальний туризм в сьогоднішніх реаліях є доцільним. З використанням VR реальності можлива не тільки робота туристичної сфери, а й розповсюдження інформації і правдивих наслідків війни, яка наразі відбувається в Україні. Прикладом є розроблена екскурсія «Стежками загублених мрій», це віртуальна екскурсія по звільнених містах України, яка представляє собою маленький віртуальний тур з дистанційним керуванням через спеціальний додаток.

Адресною аудиторією екскурсії “ Стежками зруйнованих мрій ” можуть бути люди будь-якого віку, з будь-якого куточку світу, вони мають розуміти українську або англійську мови і перед початком входу до екскурсійної кімнати відмітити мову проведення, їм має бути цікава військова тематика.

Тривалість екскурсії “ Стежками зруйнованих мрій” – година, вхід в додаток є платним, для подовження часу перебування можна доплатити, 15% коштів будуть переведені на допомогу ЗСУ та інші фонди України.

Вид екскурсії:

- за змістом – виділяються об’єкти одно і багато планові ;
- за складом і кількістю учасників – одноосібна, для місцевого населення, заміських та іноземних туристів будь-якого віку і статі;
- за місцем проведення – віртуальна;
- за засобами пересування – віртуальна, за допомогою додатку;
- за тривалістю – година;
- за формою проведення – VR екскурсія.

В процесі розробки нової екскурсії було пройдено ряд основних етапів, які мають певну послідовність:

1.Визначення мети і завдань екскурсії.

Мета екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” – проінформувати якомога більшу кількість людей по всьому світу про реальні події та воєнні злочини скоєні на території України . Мета даної екскурсії - навчальна та розважальна. Гостомель, Буча, Ірпінь, Бородянка, Чернігів, виставка розбитої техніки в Києві.

Завдання екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” – розширити інформативні знання про об’єкти та міста в Київській області в реальному часі.

2.Вибір теми екскурсії.

Тема екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” – війна в Україні.

3. Відбір літератури і складання бібліографії.

Під час складання нової екскурсії проводиться ретельний підбір джерел інформації, книг, брошур, словесних витоків, інтернет матеріалів та інших. Відбір літератури. За темою екскурсії складається перелік книг, статей у періодичних виданнях. До переліку включають політичну, спеціальну, довідкову, краєзнавчу, художню літературу. Призначення такого переліку - окреслити обсяг роботи по вивченню літературних джерел, надати допомогу

екскурсоводу при підготовці індивідуального тексту. У переліку вказується автор, назва, рік видання, глави, розділи, сторінки, що містять необхідний матеріал. Допускається поділ переліку на основну та допоміжну літературу.

На вивченні та обробці цих матеріалів базується індивідуальний тест та розповідь екскурсовода.

4. Визначення джерел екскурсійного матеріалу.

5. Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів.

Об'єктами екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” є:

- Виставка зруйнованої техніки в місті Київ на Михайлівській площі
- Місто Ірпінь
- Місто Чернігів
- Селище Бородянка
- Місто Буча

Остаточний відбір об'єктів надає всі підстави перейти до складання маршруту екскурсії.

6. Складання маршруту екскурсії.

Маршрут екскурсії “Стежками зруйнованих мрій ” є тематичним. Маршрут побудовано за тематичним принципом, що розкриває певну тему в житті міста.

7. Складання технологічної карти екскурсії.

8. Підготовка технологічної частини, а саме – розробка спеціального додатку.

За допомогою додатку екскурсант може обрати і побудувати свій власний маршрут, за рахунок VR пристрою буде відчуття прямого перебування в містах в реальному часі. Така екскурсія дає змогу розширити інформативне поле навколо теми війни в Україні. В майбутньому список міст буде розширюватись і може змінити свою тематику.

ВИСНОВКИ

На підставі зробленого аналізу, підсумовуючи проведену роботу зробимо висновок. Туризм є і буде тільки в інших формах свого буття. Найбільш яскравою перспективою наразі є інтернет, віртуальний туризм. Але завжди подорожі у реальному світі і часі будуть переважати над подорожами в створеному світі. Весь світ переміщується у віртуальний світ, за цим майбутнє. За доступністю і простотою. Для того щоб здивувати споживача потрібні інновації, для цього слід розробити нові напрямки або переробити вже існуючі зробив їх під вимоги сучасного споживача.

Метою дослідження було дослідити вплив COVID-19 на розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу

У роботі були виконані всі поставлені задачі, а саме:

- Визначено теоретико-методичні засади дослідження інноваційних видів туризму
- Досліджено суть і значення туризму у сучасному світі, види туризму та їх відмінності
- Розкрито роль інноваційних видів туризму в сучасному туризмі
- Проаналізовано вплив пандемії COVID-19 на туризм у країнах Європейського Союзу
- Означено туристичний сектор у країнах ЄС у період пандемії COVID-19
- Схарактеризовано регіональні особливості впливу пандемії COVID-19 на туризм у країнах ЄС
- Порівняно інноваційні види туризму, що розвиваються у країнах ЄС у період поширення COVID-19
- Сформовано проблеми та перспективні напрями розвитку туризму у країнах Європейського Союзу в умовах пандемії COVID-19 та досвід для України, а саме, актуальні напрями упровадження інноваційних видів туризму в Україні за досвідом країн ЄС

Отже, ми розглянули питання COVID-19 як чинник розвитку інноваційних видів туризму в країнах Європейського Союзу, ґрунтуючись на результатах проведеного дослідження, можна зробити висновок про те, що відновлення та розробка нового туристичного продукту в умовах пандемії та після є досить складним процесом і вимагає розробки не тільки теоретично, а й практично зумовленого і ефективного плану, який дозволить результативно вирішувати поставлені цілі та завдання з розробки нових видів туризму та їх впровадження. Розроблено достатньо інноваційних додатків які полегшують роботу туристичної сфери, розробки туристичного продукту та допомагають в наданні послуг.

Залучено нові види туризму, одним з найпопулярніших і перспективніших є віртуальний туризм. Спираючись на досвід країн Європейського Союзу було розроблено екскурсію по містам України в сучасних реаліях з залученням інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. – К.: Палітра, 1997. – 86 с.
2. Верланов Ю. Фінансово-економічний механізм та інструменти політики туризму в Україні / Ю. Верланов // Наукові праці ЧДУ ім. Петра Могили. – 2005. – Том 38. – Випуск 25. – 2005. – С. 76-85.
3. Власова Н.М., Смирнова В.В., Семенченко Н.Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 113—114.
4. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України.
URL: https://tourlib.net/statti_ukr/garbera5.htm
5. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одеса: Астропринт, 2013. – 334 с.
6. Гілецький Й.Р., Сливка Р.Р., Атаманюк Я.Д., Чобан Р.Д. Географія 9 клас – навчальний підручник/ Гілецький Й.Р., Сливка Р.Р., Атаманюк Я.Д., Чобан Р.Д. – Харків: "Ранок", 2017 – С. 208
7. Гонки з биками в Памплоні скасовано. Іспанія бореться з четвертою хвилею пандемії. URL: <https://www.polsatnews-pl.translate.google.com/wiadomosc/2021-04-26/odwolano-gonitwy-bykow-w-pampelunie-hiszpania-walczy-z-czwarta-fala-pandemii/? x tr sl=pl& x tr tl=uk& x tr hl=uk& x tr pto=tc,sc>
8. 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.
9. ЄС вперше оприлюднив мапу-орієнтир для "коронавірусних" обмежень перетину кордонів у Європі.
URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2020/10/16/7115427/>

10. Закон України "Про туризм" від 05.09.95 р. // Відомості Верховної Ради. 1995. №31. (зі змінами, внесеними законом №2608-VI (2608-1) від 19.10.2010 р.). С. 241 - 254.

11. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 року №324/95-ВР / URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

12. Інноваційні види туризму. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2016/10.pdf

13. Інноваційні світові види туризму. URL: <https://lviv-tourist.info/noviy-turyzm/>

14. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь. URL: <https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html>

15. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

16. Кобернік С.Г., Коваленко Р.Р. Географія 9 клас – навчальний підручник/ Кобернік С.Г., Коваленко Р.Р. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2017.– С. 288

17. Краснова Ю.А., Антонова А.В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. - Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2014. – Вип. 197. – Ч. 3.- С. 132-140

18. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. –К.: Альтерпрес, 2005. –436 с

19. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території Монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.

20. Музейний портал. URL: <https://museum-portal.com/ua/museum/natsionalniy-dendrologichniy-park-sofiyivka>

21. Музеї України просто неба. URL: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ua/>

22. Новиков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.С. Новиков. М.: Видавничий центр «Академія», 2007 - 208 с.

23. Повільний туризм - чому вам варто спробувати новий тренд. URL: <https://vesti.ua/uk/lite-uk/tourism-uk/medlennyj-turizm-pochemu-vam-stoit-poprobovat-novyj-trend>

24. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. №40-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

25. Романів П.В., Жук І.З. Основи туризму: Навчально-методичні матеріали. – Львів, 2013. – 65 с.

26. 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/>

27. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / За заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.

28. Ткачук Л.М., Сайчук В.С. Національна інноваційно-інвестиційна політика у сфері туризму: географічний підхід. URL: http://www.geokyiv.org/pdf/KGA9/KGA_9_13_Tkachuk.pdf

29. Туризм: інноваційні рішення та прогнози. URL: <https://sfii.gov.ua/turizm-innovacijni-rishennya-ta-prognozi/>

30. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.

31. Шуплат О.М. (2015). Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. Вісник Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана. Серія: Ефективна економіка. Випуск 12. С.1-7

32. «Володар Матриці»: чого хоче Цукерберг, просуваючи свій «Метасвіт». URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/choho-khoche-tsukerberh-prosuvayuchy-sviy-metasvit/31540177.html>

33. 2020-й: Куди подорожували найчастіше українці, звідки прибували іноземці. URL: <https://dpsu.gov.ua/ua/news/2020-y-kudi-podorozhuvali-naychastishe-ukrainci-zvidki-pribuvali-inozemci/>

34. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика єс та український реалії.

URL:<http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHTNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINSKI-REALIYI.pdf>

35. COVID-19, карантинні обмеження. URL: <https://suspiarne.media/10524-kitajskij-virus-so-treba-znati-ta-ak-vberegitsa/>

36. COVID -карта Європи

URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2021/12/2/7316041/>

37. COVID-19 is a ticking time bomb for Europe's tourism industry. URL : <https://www.eesc.europa.eu/en/newsmedia/news/covid-19-ticking-time-bomb-europes-tourismindustry-says-eesc>

38. European countries with the highest number of international tourist arrivals in 2019 and 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/261729/countries-in-europe-ranked-by-international-tourist-arrivals/>

39. European Tourism. Trends & Prospects Q2/2020. URL: https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/ETC-QuarterlyReport-Q2-2020_Final-Public.pdf

40. Jobs at risk: coronavirus impact on EU tourism sector. URL: <https://www.cedefop.europa.eu/en/news/jobs-risk-coronavirus-impact-eu-tourism-sector>

41. OECD. Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses: Updated 15July2020. URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>

42. Slow Tourism Experience: an Innovative Approach for Sustainable Tourism development. URL:<https://www.semanticscholar.org/paper/Slow-Tourism-Experience%3A-an-Innovative-Approach-for-Kamel-Orabi/5b63d6eb53014bfe90ee0d7473f01741c0bd13df>

43. SpaceX launches its first private crewed mission to space. URL: https://www.theverge.com/2021/9/15/22675793/spacex-inspiration4-launch-first-all-civilian-private-crew?utm_source=ixbtcom

44. The EU helps reboot Europe's tourism | European Commission. URL: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel/eu/health/coronavirus-response/travel-during-coronaviruspandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism_en

45. Tourism and transport: Commission's guidance on how to safely resume travel and reboot Europe's tourism in 2020 and beyond. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_854

46. Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

47. Tourism services down by 75% in June compared with February. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200904-2>

48. Tourism suffers its deepest crisis in 2020 with a drop of 74% in international arrivals. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf

Tourism in Europe

EU states most dependent on tourism

Tourism as % of GDP

■ 16-25%

■ 9-15%



Країни Європейського Союзу які найбільш залежні від туризму, показник залежності ВВП у відсотках