

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН, БІЗНЕСУ
ТА ТУРИЗМУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Леся ПОБОЧЕНКО
« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 242 «ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«ТУРИЗМОЗНАВСТВО»

Тема «Досвід Європейського Союзу у відновленні туризму після COVID-19»

Виконавець: Сандига Анастасія Вадимівна, група Т-413

(підпис виконавця)

Керівник: к. геогр. н., професор кафедри
міжнародних економічних відносин, бізнесу
та туризму ФМВ НАУ
Пестушко Валерій Юрійович

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Борисюк Оксана Анатоліївна

(підпис нормконтролера)

КИЇВ – 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Леся ПОБОЧЕНКО
«__» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Сандиги Анастасії Вадимівни

1. Тема роботи «Досвід Європейського Союзу у відновленні туризму після COVID-19» затверджена наказом ректора від «26» березня 2024 р. № 441/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13 травня 2024 року по 16 червня 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти Європейського Союзу щодо регулювання туризму та заходів з відновлення економіки після пандемії, статистичні матеріали Євростату, національних статистичних служб країн-членів ЄС, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, KPMG, World Travel & Tourism Council (WTTC), BCG, щорічні звіти міжнародних організацій: Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), Європейської Комісії з туризму (ETC), Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD).
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні засади організації туризму в країнах Європейського Союзу, аналіз розвитку туризму в країнах Європейського Союзу, проблеми та перспективи розвитку туризму в країнах Європейського Союзу (перелік розділів кваліфікаційної роботи). Теоретичні засади організації туризму в країнах Європейського Союзу, Європейський Союз як чинник розвитку туризму, провідні туристичні країни Європейського Союзу, особливості організації туризму в Європейському Союзі, висновок до розділу 1. Аналіз розвитку туризму в країнах

Європейського Союзу, туризм в країнах Європейського Союзу у доковідний період, вплив COVID-19 на розвиток туризму в країнах Європейського Союзу, сучасний стан туризму в країнах Європейського Союзу, висновок до розділу 2. Проблеми та перспективи розвитку туризму в країнах Європейського Союзу, проблеми у розвитку туризму у країнах Європейського Союзу, зумовлені пандемією, шляхи відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після COVID-19, перспективи розвитку нових напрямків туризму в країнах Європейського Союзу після COVID-19

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 7 таблиць.

6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 25 слайдів.

7. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	22.01. – 25.02.2024 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	26.02. – 10.03.2024 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ дослідження Написати перший розділ.	11.03. – 25.03.2024 р.	Виконано
4.	Проаналізувати проблеми та перспективи розвитку туризму в країнах ЄС. Написати другий розділ роботи.	26.03.– 14.04 2024 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку Написати третій розділ роботи .	15.04 –28.04 2024 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	29.04 – 5.05 2024 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	06.05 –10.05 2024 .	Виконано

8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	11.05– 15.05.2024 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.		

8. Дата видачі завдання: «15» березня 2024 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Пестушко В.Ю

(підпис керівника)

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Сандига А.В

(підпис здобувачки)

(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після COVID-19»: 68 сторінки, 7 таблиць, 44 літературних джерел.

Об'єкт дослідження: процес відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після пандемії COVID-19.

Предмет дослідження: заходи та стратегії, що використовуються країнами Європейського Союзу для відновлення туристичної галузі та їхній вплив на економічне зростання.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження проблем та перспектив відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після COVID-19 та оцінка їхнього впливу на економічний розвиток.

Методи дослідження: загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні та інші.

Отримані результати та їх новизна: полягають у виявленні основних проблем, з якими зіткнулися країни ЄС у відновленні туризму після пандемії, та розробці рекомендацій щодо ефективних стратегій для відновлення та розвитку туристичного сектора.

Значущість виконаної роботи та висновки: полягає у розробці практичних рекомендацій для урядів країн ЄС та туристичних компаній щодо відновлення туризму, підвищення туристичної привабливості та забезпечення стійкого економічного розвитку.

Рекомендації щодо використання результатів: матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати для розробки політик та стратегій відновлення.

Перелік ключових слів (словосполучень): ТУРИЗМ, COVID-19, ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ, ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК, ПАНДЕМІЯ, ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР, ІНВЕСТИЦІЇ В ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ, ТУРИСТИЧНІ НАПРЯМКИ, ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	10
1.1.Європейський Союз як чинник розвитку туризму	10
1.2.Провідні туристичні країни Європейського Союзу.....	14
1.3.Особливості організації туризму в Європейському Союзі	20
Висновок до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	25
2.1. Туризм в країнах Європейського Союзу у доковідний період.....	25
2.2. Вплив COVID-19 на розвиток туризму в країнах Європейського Союзу.....	33
2.3. Сучасний стан туризму в країнах Європейського Союзу	39
Висновок до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	44
3.1.Проблеми у розвитку туризму у країнах Європейського Союзу, зумовлені пандемією	44
3.2.Шляхи відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після Covid-19....	49
3.3.Перспективи розвитку нових напрямків туризму в країнах Європейського Союзу після Covid-19	53
Висновок до розділу 3.....	58
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63

ВСТУП

Актуальність теми. Пандемія COVID-19 негативно позначилася на туристичній індустрії не лише у світі загалом, а й у Європейському Союзі (ЄС). Обмеження на подорожі, введення локдаунів та інші превентивні заходи призвели до різкого зменшення кількості туристів, що спричинило значні втрати у туристичному секторі. Готелі, ресторани та інші підприємства, пов'язані з туризмом, зазнали фінансових труднощів, а безліч робочих місць були загрозі.

Однак з 2021 року, завдяки спільним зусиллям та скоординованим діям на рівні ЄС, туристична індустрія почала відновлюватись. ЄС впровадив ряд ініціатив, спрямованих на підтримку туристичного сектору, включаючи стандарти безпеки для подорожей та введення цифрових COVID-сертифікатів, які полегшили пересування в межах ЄС. Крім того, були розроблені програми фінансової підтримки для підприємств та їхніх працівників, а також проведені промоційні кампанії для підвищення інтересу до туризму.

Цей досвід ЄС має велике значення і для України, яка також прагне відновити та розвинути свій туристичний потенціал після пандемії. Україна може взяти на замітку координацію зусиль, впровадження безпечних стандартів подорожей, фінансову підтримку та маркетингові стратегії, які допоможуть їй ефективно відновити туристичну галузь та сприяти подальшому її розвитку.

Пандемія COVID-19 завдала значного удару по туристичній галузі в країнах Європейського Союзу, призвівши до різкого зниження туристичних потоків, закриття готелів, ресторанів та інших туристичних підприємств, а також масових звільнень працівників. Це спричинило серйозні соціально-економічні проблеми та значні фінансові втрати. Однак, разом з цими проблемами, з'явилися й нові можливості для відновлення та розвитку туризму.

Ефективність цих заходів аналізувалася у звітах OECD (2020) та European Travel Commission (2022), де зазначається, що фінансова підтримка та маркетингові

кампанії допомогли стабілізувати туристичний сектор та підготувати його до відновлення після пандемії.

Звіт Eurostat "EU tourism under COVID-19: an overall look" (2022) надає детальний огляд ситуації з туризмом у ЄС під час пандемії. Документ містить статистичні дані про скорочення туристичних потоків та доходів, а також аналіз заходів, вжитих країнами-членами для підтримки галузі. У звіті оцінюється ефективність фінансової допомоги та маркетингових кампаній, що були запроваджені для відновлення туризму.

Усі ці джерела підкреслюють важливість комплексного підходу до відновлення туризму після пандемії COVID-19, включаючи фінансову підтримку, розвиток нових напрямків, інновації та співпрацю на міжнародному рівні. Вони також наголошують на необхідності адаптації до нових умов та впровадження сталих практик для забезпечення довгострокового розвитку туристичної галузі.

Об'єкт дослідження – туризм в Європейському Союзі

Предмет дослідження – досвід ЄС у відновленні туризму після COVID-19.

Мета дослідження: аналіз досвіду Європейського Союзу у відновленні туризму після COVID-19 та визначення можливостей його застосування в умовах України

Завдання дослідження:

- Проаналізувати вплив пандемії COVID-19 на туристичну індустрію ЄС;
- Дослідити заходи, вжиті ЄС для підтримки та відновлення туризму;
- Оцінити ефективність заходів, вжитих у ЄС для відновлення туризму;
- Визначити можливість застосування в Україні досвіду ЄС у відновленні туризму внаслідок пандемії COVID-19

Методологія дослідження:

- Аналіз наукової літератури;
- Порівняльний аналіз.
- Синтез.
- Абстрагування.

Наукова новизна дослідження. Полягає в комплексному дослідженні досвіду Європейського Союзу у відновленні туризму після COVID-19 з акцентом на його практичну цінність для України.

Практична значимість. Результати дослідження можуть бути використані для розробки ефективних стратегій та програм відновлення та розвитку туризму в Україні після COVID-19.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Використаних джерел, сторінок, таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

1.1. Європейський Союз як чинник розвитку туризму

Європейський Союз (ЄС) відіграє надзвичайно важливу роль у розвитку туризму як у своїх країнах-членах, так і за їх межами. Ця роль зумовлена рядом факторів, які сприяють інтеграції та підтримці туристичного сектору.

Створення спільного ринку в рамках Європейського Союзу (ЄС) є однією з ключових складових успішного розвитку туризму. Ця ініціатива гарантує вільний рух товарів, послуг, капіталу та людей між країнами-членами ЄС. Основні переваги цього спільного ринку для туризму включають:

1. Легший доступ і переміщення.

Через зняття митних бар'єрів та інших обмежень, подорожі між країнами ЄС стали набагато простішими та зручнішими для туристів. Вони можуть вільно перетинати кордони, не зустрічаючи складнощів із митним контролем та іншими формальностями.

2. Різноманітність пропозицій.

Забезпечуючи вільний рух товарів та послуг, спільний ринок дозволяє туристам отримувати доступ до широкого спектру продуктів і послуг, що пропонуються в країнах ЄС. Це означає, що вони можуть вибирати серед різноманіття культурного досвіду, гастрономічних смаколиків, а також різних форм активного відпочинку.

3. Стимулювання туристичного попиту.

Забезпечення легкого доступу до різноманітних туристичних об'єктів та пропозицій стимулює попит на туризм як серед місцевих мешканців, так і серед міжнародних подорожуючих. Це сприяє зростанню обсягів туристичного бізнесу та розвитку туристичної інфраструктури в країнах ЄС.

4. Зниження витрат.

Відмінність у стандартах та різниця в цінах може знизитися завдяки конкуренції та вільному руху товарів. Це може зробити подорожі в країни ЄС більш доступними для більш широкого кола туристів.

Отже, створення спільного ринку в рамках Європейського Союзу є суттєвим кроком у сприянні розвитку туризму, забезпечуючи легкість у подорожах та стимулюючи міжнародний туризм в регіоні.

Впровадження євро як спільної валюти в багатьох країнах Європейського Союзу є ще одним важливим чинником, який сприяє розвитку туризму в цьому регіоні. Це має кілька ключових переваг для туристів:

- Використання однієї валюти спрощує процес оплати під час подорожі. Туристи можуть уникнути необхідності обмінювати гроші в різних країнах, що зменшує час та зусилля, потрібні для проведення фінансових операцій.
- Використання однієї валюти допомагає уникнути ризику зміни вартості коштів через коливання валютних курсів. Це дає туристам більшу стабільність та впевненість у витратах під час подорожей.
- Євро створює стандартизовану систему цін, що полегшує порівняння вартості товарів та послуг між різними країнами ЄС. Це допомагає туристам зробити більш обґрунтований вибір щодо своїх витрат та бюджету для подорожі.
- Використання євро може зробити подорожі до країн ЄС більш привабливими для туристів із країн, де використовується інша валюта. Це може привернути більше міжнародних туристів та сприяти розвитку туристичної галузі.

Отже, впровадження євро як спільної валюти в багатьох країнах ЄС значно полегшує та робить більш зручними подорожі до цього регіону, що в свою чергу сприяє розвитку туризму та збільшенню його привабливості для подорожуючих.

Гармонізація стандартів та законодавства в сфері туризму в Європейському Союзі (ЄС) відіграє важливу роль у забезпеченні високого рівня якості послуг для туристів та захисту їхніх прав під час подорожей. Цей процес полягає у прийнятті спільних нормативних актів та стандартів, які стандартизують різні аспекти туристичної діяльності[7].

Безпека та якість обслуговування є одними з ключових аспектів, на які спрямована гармонізація стандартів. Це означає встановлення єдиноподібних вимог до безпеки та якості обслуговування в готелях, ресторанах, транспорті та інших туристичних послугах. Такий підхід забезпечує туристам надійні та безпечні умови під час подорожей, сприяючи позитивному досвіду та підвищуючи репутацію європейських держав як відомих туристичних напрямків.

Крім того, гармонізація законодавства також визначає права та обов'язки туристів, що забезпечує їхню захищеність під час подорожей. Це включає право на інформацію про послуги, право на відмову від послуги або повернення коштів у разі невиконання умов договору, а також інші заходи, спрямовані на захист інтересів туристів.

Уніфікація стандартів проживання в готелях, гостьових будинках та інших туристичних закладах допомагає забезпечити комфорт та безпеку туристів під час їх перебування в інших країнах ЄС. Всі ці заходи разом роблять подорожі в країни Європейського Союзу надійними та безпечними, збільшуючи привабливість регіону для туристів та сприяючи розвитку туристичної галузі[16].

Фінансова підтримка та спільна маркетингова діяльність Європейського Союзу (ЄС) є ключовими елементами у розвитку туризму та просуванні культурної та природної спадщини країн-членів ЄС на міжнародному ринку.

Перш за все, різноманітні програми фінансування, ініційовані ЄС, спрямовані на підтримку розвитку туристичної інфраструктури, включаючи будівництво та модернізацію готелів, ресторанів, транспортної мережі та інших об'єктів, що сприяють зручності та комфорту туристів. Це стимулює подорожі до країн ЄС та забезпечує позитивний туристичний досвід, що сприяє популяризації регіону.

Крім того, програми підтримки проектів культурного спадку та природоохоронних заходів забезпечують збереження та відновлення історичних та природних об'єктів, що становлять туристичну привабливість регіону. Це допомагає зберегти унікальний характер місцевої культури та природного середовища, що привертає туристів з усього світу.

Крім фінансової підтримки, спільні маркетингові кампанії ЄС грають важливу

роль у просуванні туристичних атракцій країн ЄС на світовому ринку. Ці кампанії спрямовані на привертання уваги до унікальності культурних та природних визначних пам'яток регіону, що стимулює попит на туристичні послуги. Залучення більшої уваги та інтересу з боку міжнародної громадськості сприяє збільшенню потоку туристів та зростанню економічного впливу туризму на країни ЄС, сприяючи їхньому загальному розвитку та процвітанню.

Вплив Європейського Союзу на розвиток туризму в Україні має значний потенціал і відіграє важливу роль у формуванні та просуванні туристичного сектору країни. Україна, завдяки своїй розмаїтій історії, багатству культурних традицій та величезному природному різноманіттю, володіє потенціалом стати одним із ключових туристичних напрямків у Європі.

По-перше, Європейський Союз може надати Україні досвід і кращі практики у сфері туризму, допомагаючи країні вдосконалити інфраструктуру, підвищити якість обслуговування та залучити більше туристів. Це може включати обмін досвідом у розробці туристичних маршрутів, організації туристичних заходів та просування туристичної продукції.

По-друге, Україна може скористатися програмами фінансової підтримки ЄС для розвитку туристичної інфраструктури, реклами своїх туристичних атракцій та проведення заходів, спрямованих на просування культурної спадщини та природної краси країни.

Крім того, співпраця з Європейським Союзом може сприяти впровадженню в Україні міжнародних стандартів у сфері туризму, що підвищить довіру та привабливість країни для іноземних туристів.

Отже, вплив ЄС на розвиток туризму в Україні є важливим фактором, який може сприяти розкриттю потенціалу країни у сфері туризму, забезпечуючи стабільний ріст та процвітання туристичного сектору. Однак для реалізації цього потенціалу Україні необхідно здійснити ряд заходів, включаючи покращення інфраструктури, підвищення рівня обслуговування та активну маркетингову діяльність.

Отже, роль Європейського Союзу у розвитку туризму є важливою та

багатоплановою, яка сприяє зростанню та розвитку туристичного сектору як в Європі, так і в інших регіонах світу, включаючи Україну.

1.2. Провідні туристичні країни Європейського Союзу

Визначити однозначно провідні туристичні країни Європейського Союзу (ЄС) складно, адже популярність напрямків залежить від низки факторів, таких як:

- Вид туризму.

Деякі країни, такі як Іспанія та Італія, популярні завдяки пляжному відпочинку. Іспанія, зокрема, відома своїми мальовничими узбережжями, такими як Коста-Брава, Коста-дель-Соль та Канарські острови. Пляжі Барселони та Валенсії також привертають мільйони туристів щороку. Відомі курорти, як-от Марбелья, Ібіца та Майорка, стали синонімами розкішного відпочинку на узбережжі, приваблюючи туристів з усього світу. Італія, зі своїм Амальфійським узбережжям, островами Сицилія та Сардинія, а також Лігурійським узбережжям, також відома чудовими пляжами та історичними місцями, що пропонують туристам унікальне поєднання культурного та пляжного відпочинку[19, с.21-37].

Інші країни, такі як Австрія та Швейцарія, приваблюють любителів гірськолижного спорту. Австрія відома своїми Альпами, що забезпечують ідеальні умови для зимових видів спорту. Курорти, як-от Санкт-Антон, Ішгль та Кіцбюель, пропонують першокласні гірськолижні траси, сучасну інфраструктуру та високий рівень обслуговування. Швейцарія також славиться своїми гірськолижними курортами, серед яких найвідоміші - Церматт, Санкт-Моріц та Давос. Швейцарські Альпи відомі своєю мальовничістю, якістю трас та розвиненою туристичною інфраструктурою, що робить їх привабливими для туристів з усього світу.

Таким чином, різні країни Європейського Союзу розвивають різні напрямки туризму, залежно від своїх природних та культурних особливостей. Це дозволяє їм

залучати туристів з різними інтересами та вподобаннями, забезпечуючи стабільний потік відвідувачів протягом року.

Популярність певних країн може змінюватися залежно від сезону. Наприклад, Греція та Хорватія більш популярні влітку, а Австрія та Франція - взимку.

- Ціни.

Португалія відома своїми привабливими цінами на проживання, їжу та розваги, що робить її ідеальним напрямком для бюджетних туристів. Міста, такі як Лісабон і Порту, пропонують широкий вибір доступного житла, включаючи хостели та бюджетні готелі. Вартість харчування також є відносно низькою, причому місцеві ресторани пропонують страви португальської кухні за помірними цінами. Крім того, Португалія відома своєю природною красою, включаючи пляжі Алгарве, які можна відвідати без великих витрат.

Угорщина, особливо її столиця Будапешт, також є популярним напрямком для туристів з обмеженим бюджетом. Будапешт славиться своїми історичними пам'ятками, такими як Будівля парламенту, Рибальський бастион та Будаїська фортеця, які можна відвідати безкоштовно або за символічну плату. Вартість проживання в хостелах та бюджетних готелях у Будапешті є значно нижчою, ніж у багатьох інших європейських столицях. Також доступні численні термальні купальні, які пропонують розслаблення за помірну плату.

Франція, зокрема Париж, часто асоціюється з високими витратами на подорожі. Ціни на проживання, особливо в центрі Парижа, можуть бути дуже високими, так само як і вартість харчування в ресторанах. Популярні туристичні атракції, такі як Ейфелева вежа, Лувр та Версаль, мають високі ціни на вхідні квитки. Однак, у Франції також є більш доступні напрямки, такі як регіон Прованс або Лангедок-Руссільйон, де можна знайти бюджетні варіанти для подорожей.

Швейцарія є однією з найдорожчих країн у Європі для туристів. Вартість проживання, харчування та транспорту є однією з найвищих у світі. Гірськолижні курорти, такі як Церматт і Санкт-Моріц, пропонують винятковий сервіс та розваги, але за високу ціну. Навіть відвідування міських атракцій у таких містах, як Цюрих, Женева та Базель, може бути дуже дорогим.

Таким чином, туристи з обмеженим бюджетом можуть обрати Португалію чи Угорщину, де вони зможуть насолодитися багатою культурою, історичними пам'ятками та природними красотами за розумні гроші. Водночас, відвідування Франції та Швейцарії може потребувати значно більших фінансових витрат, особливо у відомих туристичних місцях і курортах.

- Особисті вподобання.

Зрештою, вибір туристичного напрямку залежить від особистих вподобань. Деякі люди віддають перевагу активному відпочинку, інші - розслабленню на пляжі, а треті - знайомству з історичними пам'ятками та культурними цінностями.

Однак, згідно з даними UNWTO, у 2022 році до п'яти найпопулярніших туристичних країн ЄС за кількістю туристичних прибуттів увійшли: [\[28\]](#)

- Франція: 89,4 мільйона
- Іспанія: 83,7 мільйона
- Італія: 62,1 мільйона
- Німеччина: 58,8 мільйона
- Нідерланди: 49,5 мільйона

Ці країни пропонують широкий спектр туристичних послуг та продуктів, які відповідають потребам та вподобанням туристів з усього світу.

При виборі туристичного напрямку в ЄС важливо врахувати свої інтереси, бюджет та сезон. Також рекомендується ознайомитися з інформацією про туристичні пам'ятки, транспорт, розміщення та інші послуги, доступні в країні.

Серед провідних туристичних країн Європейського Союзу виділяються кілька країн, які відомі своєю величезною привабливістю для подорожуючих з усього світу.

Франція відома своєю неповторною культурою, багатою історією та розмаїттям природних барв. Однією з її найбільш визначних атракцій є столиця країни, Париж, який миттєво асоціюється з Ейфелевою вежею, символом Франції та однією з найвідоміших споруд у світі. Лувр, найбільший музей мистецтв у світі, також знаходиться у Парижі і служить свідченням багатой культурної спадщини Франції.

Проте, Франція - це не лише Париж. Країна славиться своїми виноробними регіонами, такими як Бордо, Шампань, Бургундія та Луара, які пропонують унікальні

винні тури та дегустації. На південному узбережжі Франції, на Лазурному березі, розташовані прекрасні пляжі та розкішні курорти, які приваблюють відпочиваючих з усього світу.

У Франції також можна знайти вражаючі гірські пейзажі. Піренеї на півдні та Альпи на сході країни пропонують відмінні умови для зимових видів спорту та мальовничі краєвиди для прогулянок та альпінізму.

Загалом, Франція приваблює туристів своєю різноманітністю та величчю своєї культурної та природної спадщини, що робить її однією з найпопулярніших туристичних країн у світі.

Іспанія відома своєю неповторною атмосферою, різмаїттям культурних вражень та природною красою, що приваблює мільйони туристів з усього світу. Однією з найпривабливіших особливостей Іспанії є її чудові пляжі на узбережжі Середземного моря та Атлантичного океану. Міста, розташовані на узбережжі, такі як Барселона, Валенсія, та Малага, пропонують не лише прекрасні пляжі, але й жваві нічні життя та багатофункціональні курорти.

Барселона, столиця Каталонії, відома своїми архітектурними шедеврами, створеними Антоніо Гауді, такими як Саграда Фамілія, Парк Гуель та Каса Батльо. Це культурне місто також пропонує безліч музеїв, галерей мистецтва, театрів і виставкових залів[14].

Мадрид, столиця Іспанії, є культурним центром країни, де можна знайти такі світово відомі музеї, як Палац Прадо, Музей Рейна Софії та Театральний музей.

Однак, Іспанія вражає не лише своїми мегаполісами. Курорти на Коста-дель-Соль і Коста-Брава відомі своїми прекрасними пляжами, затишними готелями та ресторанами, які пропонують найсмачнішу іспанську кухню.

Усі ці фактори роблять Іспанію одним з найпопулярніших туристичних напрямків у світі, яка привертає туристів своєю різмаїттям і вражаючою комбінацією культурних та природних надбань.

Італія, країна з багатою історією та культурою, є місцем, де кожен камінчик має свою власну історію. Одним з найвідоміших та вражаючих пам'ятників світової спадщини є Римський Колізей, символ величі імперії Риму, де колись відбувалися

захоплюючі гладіаторські бої. Собор Санта-Марія-дель-Фьоре во Флоренції з унікальною куполом Брунеллескі та кращими зразками ренесансної архітектури є ще одним яскравим прикладом італійської мистецької спадщини[4, с.334].

Однак, магія Італії не обмежується лише історичними пам'ятками. Венеція, місто на воді, з своїми каналами, гондольєрами та містами, які ледь з'єднані з сушею, створює неповторну атмосферу романтики та загадковості.

Італійська кухня є однією з найсмачніших у світі, і вона відома своїми стравами, такими як піца, паста, восьминіг у венеціанському стилі та безліч сирів і вина. Смаколики Італії відіграють ключову роль у туристичному привабливості країни.

Наприкінці, живописні пейзажі Тоскани з її безмежними виноградниками, оливковими гаєм, середньовічними містечками та мальовничими холами, надихають та зачаровують туристів, які шукають спокій і красу.

Італія - це не лише країна, де ви можете побачити чудові архітектурні та історичні пам'ятки, але і де ви зможете насолодитися вишуканими стравами, насиченими культурою та насолоджуватися неповторною атмосферою, що витікає з її кожного куточка.

Німеччина - країна, яка зберегла багато своєї історії та культурної спадщини, що привертає туристів з усього світу. Середньовічні міста, такі як Нюрнберг і Гейдельберг, є справжніми живими музеями історії. Вони вражають своєю архітектурою, вуличними фестивалями та замками, що стоять вельми гордо на пагорбах навколо.

У регіоні Баварії Німеччина може похвалитися не лише старовинними містами, але і гірськими пейзажами, що вражають своєю красою та величчю. Альпи простягаються на південному сході Баварії, пропонуючи не тільки захоплюючі краєвиди для любителів активного відпочинку, але і чарівні мальовничі міста, такі як Гарміш-Партенкірхен та Берхтесгаден[14].

Регіони виноробства у Рейні та Мозелі славляться своїми винами, а також мальовничими пейзажами, що викликають захоплення. Виноградники, розташовані вздовж крутих схилів річкових долин, створюють неперевершену атмосферу, привабливу для тих, хто шукає релаксації та відпочинку в природі.

Німеччина пропонує своїм відвідувачам не лише історичні пам'ятки та природні красоти, але і багату культурну спадщину, неповторні традиції та гостинність її мешканців.

Нідерланди відомі своїми численними каналами, які пронизують країну, створюючи неповторний водний ландшафт. Прогулянка на катері по каналах Амстердама, Утрехта чи Гааги стане незабутнім досвідом. Ви зможете насолодитися архітектурою старовинних будинків, затишними кафе та мальовничими мостами, що додають особливого шарму цим містам.

Нідерланди - це справжня квіткова країна, де навесні розквітають безкраї поля тюльпанів. Відвідайте Кекенхоф, найбільший квітковий парк у світі, де можна помилуватися мільйонами тюльпанів усіх кольорів та сортів. Це місце перетворюється на справжній рай для любителів квітів та фотографії.

Нідерланди багаті на цікаві міста, кожне з яких має свою неповторну атмосферу. Амстердам - космополітичне місто з каналами, музеями та нічним життям, Гаага - елегантна столиця, Роттердам - динамічний мегаполіс, а Утрехт - затишне студентське місто. Кожне з цих міст варте відвідування, адже кожне пропонує щось унікальне та цікаве.

Нідерланди пишаються своєю багатю культурною спадщиною. Тут народились такі всесвітньовідомі митці, як Рембрандт, Ван Гог та Вермеер. Відвідайте музеї, де можна побачити їхні шедеври, а також насолодіться театральними виставами, концертами та фестивалями. Культурне життя в Нідерландах надзвичайно насичене та різноманітне.

Нідерланди - чудове місце для любителів активного відпочинку. Тут можна кататися на велосипеді мальовничими дорогами, подорожувати каналами на катері, ходити в піші походи або займатися водними видами спорту. Відмінна інфраструктура та природні краєвиди роблять цю країну ідеальною для активного туризму [14].

Ці країни не лише мають величезну культурну та природну спадщину, але й активно розвивають туристичний сектор, надаючи відвідувачам різноманітні послуги та враження.

1.3. Особливості організації туризму в Європейському Союзі

Організація туризму в Європейському Союзі (ЄС) базується на кількох ключових принципах, спрямованих на розвиток та просування туристичного сектору в ЄС.

Принцип вільного руху осіб є одним з фундаментальних принципів, що лежать в основі Європейського Союзу. Відкриті кордони та можливість вільного пересування громадян між країнами-членами ЄС створюють умови для безперешкодних подорожей та обміну культурними та історичними досвідами між народами.

Ця свобода руху сприяє розвитку туризму, оскільки туристи можуть легко подорожувати з однієї країни ЄС до іншої без необхідності віз або складних формальностей при перетині кордонів. Відкриті кордони зменшують бюрократичні бар'єри та спрощують процес перетину кордону, що робить подорожі більш зручними та привабливими для туристів.

Крім того, вільний рух осіб сприяє обміну культурними та історичними цінностями. Туристи можуть відвідувати різні країни, дізнаватися про їхню культуру, традиції, мови та історію, а також ділитися своїм власним культурним досвідом з іншими. Цей обмін сприяє взаємному розумінню та зближенню народів, сприяючи розвитку міжкультурного діалогу та толерантності.

Гармонізація стандартів та законодавства в сфері туризму в Європейському Союзі має величезне значення для забезпечення високого рівня якості послуг для туристів та їхньої безпеки під час подорожей. Цей процес включає прийняття спільних нормативних актів та стандартів, які регулюють різні аспекти туристичної діяльності.

Спільні нормативні акти встановлюють вимоги до якості обслуговування, безпеки, здоров'я та інших аспектів, що стосуються туристичних послуг. Це включає в себе стандарти для готелів та ресторанів, правила безпеки в авіаційній та залізничній галузях, а також вимоги до туроператорів та туристичних агентств.

Гармонізація законодавства також сприяє уніфікації правил та процедур у

всьому ЄС, що робить подорожі більш передбачуваними та безпечними для туристів. Туристи можуть бути впевнені, що в країнах-членах ЄС застосовуються однакові стандарти безпеки та якості, що додає їм впевненості та сприяє позитивному досвіду подорожей.

Отже, гармонізація стандартів та законодавства в сфері туризму в ЄС є важливим кроком для забезпечення високої якості туристичних послуг та безпеки туристів, що сприяє розвитку туристичної індустрії та позитивному сприйняттю Європейського Союзу як відомого туристичного напрямку.

Фінансова підтримка та спільна маркетингова діяльність Європейського Союзу є ключовими інструментами у розвитку туризму та просуванні культурної та природної спадщини країн-членів на міжнародному ринку.

По-перше, фінансова підтримка ЄС спрямована на розвиток туристичної інфраструктури країн-членів. Це охоплює будівництво та модернізацію готелів, ресторанів, транспортної мережі, туристичних атракцій та інших об'єктів, які забезпечують комфорт та зручність для відвідувачів. Фінансування також може бути спрямоване на відновлення та збереження культурних та історичних пам'яток, що привертають увагу туристів[14].

По-друге, спільна маркетингова діяльність ЄС включає в себе проведення спільних рекламних кампаній для просування туристичних атракцій Європи на міжнародному ринку. Це може бути представлення культурних подій, фестивалів, культурних та природних маршрутів, а також активного просування унікальних характеристик кожної країни-члена. За допомогою таких кампаній ЄС сприяє створенню спільного образу Європи як захоплюючого туристичного напрямку, що привертає увагу та збільшує потік відвідувачів.

Разом з тим, ці заходи сприяють не лише розвитку туризму та підвищенню туристичного потенціалу країн-членів ЄС, а й підтримці їхньої культурної, історичної та природної спадщини, що є важливим елементом їхнього ідентичного образу на міжнародній арені.

Завдяки співпраці між країнами-членами та обміну досвідом та найкращими практиками, організація туризму в Європейському Союзі спрямована на забезпечення

якісного та безпечного туристичного відпочинку, розвиток туристичної галузі та підвищення конкурентоспроможності країн-членів на світовому ринку туризму.

Роль Європейського Союзу в розвитку туризму в Україні відіграє значущу роль у контексті зміцнення та розвитку туристичного потенціалу країни. В умовах змін та викликів сучасного світу ЄС стає ключовим стратегічним партнером для України у впровадженні та підтримці ініціатив, спрямованих на стимулювання туристичної діяльності та підвищення привабливості країни для іноземних відвідувачів.

Реалізація спільних проектів, програм фінансування та обмін досвідом у сфері туризму між Україною та Європейським Союзом сприяє розвитку інфраструктури, підвищенню якості послуг та створенню конкурентоспроможної туристичної пропозиції. Крім того, підписання угод та спільних документів з питань туризму сприяє збільшенню туристичного потоку з країн ЄС до України та сприяє обміну культурними цінностями, створюючи позитивні та взаємовигідні взаємовідносини між народами. (таблиця 1.1.)

Таблиця 1.1.

Вплив Європейського Союзу на розвиток туризму в Україні [11, с.50-55]

Фактор	Вплив ЄС	Потенціал для України
Спільний ринок	Вільний рух товарів, послуг, капіталу та людей	Спрощення подорожей для туристів
Спільна валюта	Зручність платежів та порівняння цін	Зниження витрат для туристів
Гармонізація стандартів	Високий рівень якості послуг	Підвищення конкурентоспроможності українського туризму
Фінансова підтримка	Інвестиції в розвиток туризму	Доступ до фінансування для українських туристичних проектів

Спільна маркетингова діяльність	Просування Європи як туристичного напрямку	Спілкування з потенційними туристами з усього світу
Захист прав споживачів	Гарантії для туристів	Збільшення довіри до українського туризму
Сприятливе середовище для інвестицій	Залучення інвестицій у туристичний сектор	Розвиток нових туристичних продуктів та послуг
Дослідження та інновації	Модернізація туристичного сектору	Підвищення конкурентоспроможності українського туризму
Сталий туризм	Зниження негативного впливу на навколишнє середовище	Розвиток екологічно чистого туризму в Україні

У Європейському Союзі туризм відіграє важливу роль у соціальному та економічному розвитку країн-членів, сприяючи зближенню культур та розвитку галузей економіки, пов'язаних зі сферою послуг. Організація туризму в ЄС ґрунтується на ряді ключових принципів, таких як відкритість меж, співпраця між країнами, гармонізація стандартів та захист прав туристів. ЄС забезпечує сприятливі умови для розвитку туристичної галузі, зокрема шляхом зниження внутрішніх бюрократичних перешкод, спільної маркетингової діяльності та фінансової підтримки. Країни-члени ЄС мають різноманітність туристичних пропозицій, які включають культурні пам'ятки, природні краси, розважальні заклади, спортивні заходи та гастрономічні враження. Високий стандарт обслуговування, безпека та якість послуг роблять Європу одним з провідних світових туристичних напрямків. Завдяки інтеграції та співпраці, ЄС продовжує підтримувати та розвивати туризм для забезпечення сталого розвитку та добробуту своїх громадян.

Висновок до розділу 1

Основні принципи туристичної політики ґрунтуються на відкритості меж, співпраці та гармонізації стандартів.

Різноманітність культур, історії, природних умов та економічних потенціалів кожної країни ЄС значно впливає на організацію та розвиток туристичної галузі. Однак, застосування загальних принципів сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку туризму в усіх країнах-членах.

Кожна країна ЄС має унікальну культурну спадщину, що відображає її історичні, мовні та етнічні особливості. Наприклад, Франція відома своїми музеями, гастрономією та модою, Італія – античними руїнами та ренесансною архітектурою, а Іспанія – яскравими фестивалями та фламенко. Ці культурні відмінності стають ключовими привабливими чинниками для туристів. Для розвитку туризму важливо зберігати та популяризувати культурні особливості кожної країни.

Таким чином, відмінності між країнами ЄС є їхніми сильними сторонами, що додають різноманіття туристичній пропозиції регіону. Одночасно, застосування загальних принципів дозволяє створювати сприятливі умови для розвитку туризму, забезпечуючи сталий розвиток галузі в усіх країнах-членах. Туризм в ЄС відіграє важливу роль у соціальному та економічному розвитку регіонів, сприяючи зближенню культур та збагаченню культурного досвіду. Туристична діяльність в ЄС також сприяє збереженню та просуванню культурної та природної спадщини країн-членів на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

2.1. Туризм в країнах Європейського Союзу у доковідний період

У дослідженні туризму в країнах Європейського Союзу у доковідний період до 2022 року виділяються кілька ключових аспектів, що сприяли розвитку цієї галузі.

Протягом доковідного періоду туризм у країнах ЄС демонстрував стабільний та постійний ріст, завдяки ряду ключових факторів, які сприяли збільшенню попиту на туристичні послуги та активному привабленню туристів з різних країн світу.

По-перше, країни ЄС користувалися своєю багатою культурною та історичною спадщиною. Величезна кількість історичних пам'яток, музеїв, архітектурних шедеврів та культурних подій привертала туристів. Наприклад, такі міста як Париж, Рим, Барселона та Відень стали відомими туристичними центрами, завдяки своїм визначним місцям, мистецьким галереям та фестивалям.

По-друге, Європейський Союз активно розвивав свою туристичну інфраструктуру. Інвестиції в транспортні мережі, такі як авіаційні маршрути, швидкісні залізниці та сучасні автомобільні дороги, полегшували доступ до різних регіонів Європи. Це сприяло зростанню внутрішнього туризму та полегшило подорожі для туристів з-за кордону.

По-третє, зростання популярності таких видів туризму, як екологічний туризм, гастрономічний туризм та активний відпочинок, також сприяло збільшенню туристичного потоку. Країни ЄС пропонували різноманітні можливості для активного відпочинку, включаючи гірськолижні курорти в Альпах, піші маршрути у Скандинавії та пляжний відпочинок на Середземноморському узбережжі. (таблиця 2.1.)

Таблиця 2.1.

Найпопулярніші види туризму [17]

Вид туризму	Опис
Пляжний туризм	Подорожі до морських курортів
Культурний туризм	Відвідування історичних та культурних пам'яток
Активний туризм	Гірськолижний спорт, піші прогулянки, велоспорт тощо
Міський туризм	Відвідування міст та їх пам'яток
Сільський туризм	Відпочинок у сільській місцевості
Бізнес-туризм	Подорожі з діловою метою

По-четверте, зростання кількості міжнародних туристів підтримувалося ефективними маркетинговими кампаніями. Країни ЄС активно просували свої туристичні можливості через міжнародні туристичні виставки, рекламні кампанії в медіа та співпрацю з міжнародними туристичними агентствами. Це допомагало поширювати інформацію про привабливість Європи як туристичного напрямку.

По-п'яте, впровадження безвізового режиму для багатьох країн і спрощення візових процедур для інших зробило подорожі до ЄС більш доступними для мільйонів туристів. Це суттєво зменшило адміністративні бар'єри та стимулювало зростання кількості відвідувачів. (таблиця 2.2.)

Таблиця 2.2.

Туризм в країнах Європейського Союзу у доковідний період [17]

Фактор	Вплив
Спільний ринок	Вільний рух товарів, послуг, капіталу та людей
Спільна валюта	Зручність платежів та порівняння цін
Гармонізація стандартів	Високий рівень якості послуг
Фінансова підтримка	Інвестиції в розвиток туризму
Спільна маркетингова діяльність	Просування Європи як туристичного напрямку
Захист прав споживачів	Гарантії для туристів

Сприятливе середовище для інвестицій	Залучення інвестицій у туристичний сектор
Дослідження та інновації	Модернізація туристичного сектору
Сталий туризм	Зниження негативного впливу на навколишнє середовище

Усі ці фактори у сукупності забезпечували стабільний і постійний ріст туризму в Європейському Союзі у доковідний період. Завдяки комплексному підходу до розвитку туристичної інфраструктури, культурних та природних атракцій, а також активним маркетинговим зусиллям, ЄС став одним з найпопулярніших регіонів для туризму у світі.

Розвиток транспортної інфраструктури в Європейському Союзі значно сприяв збільшенню мобільності туристів, забезпечуючи легкий доступ до різних туристичних напрямків та зручність подорожей. Цей розвиток охоплює кілька ключових аспектів:

Європейський Союз має одну з найрозвиненіших авіаційних мереж у світі. Завдяки лібералізації авіаційного ринку в ЄС з'явилися численні бюджетні авіакомпанії, такі як Ryanair і easyJet, які пропонують доступні рейси між європейськими містами. Це зробило авіаперельоти більш доступними для широкого кола туристів. Кількість міжнародних аеропортів у великих містах, таких як Париж, Лондон, Франкфурт, Амстердам і Мадрид, забезпечує зручні пересадки та швидкий доступ до різних регіонів Європи.

Розвиток високошвидкісних залізничних мереж, таких як TGV у Франції, ICE в Німеччині та AVE в Іспанії, значно скоротив час подорожей між великими містами. Європейська залізнична мережа є однією з найбільш інтегрованих у світі, що дозволяє туристам легко пересуватися між країнами. Крім того, європейська залізнична система пропонує численні зручності, такі як нічні поїзди, що дозволяють подорожувати в комфортних умовах і економити час на пересування[12, с. 11-16].

Європейський Союз має добре розвинену систему автомобільних доріг, включаючи мережу автобанів та автомагістралей, які забезпечують швидке та зручне

пересування між містами та регіонами. Інвестиції в будівництво нових доріг та модернізацію існуючих трас полегшили автомобільні подорожі. Також важливим є розвиток системи прокату автомобілів, яка дозволяє туристам легко орендувати автомобіль для подорожей.

Сучасні технології також сприяють покращенню транспортної інфраструктури. Наприклад, системи навігації GPS і різні додатки для подорожей дозволяють туристам легко планувати маршрути, знаходити необхідну інформацію про транспортні засоби та уникати заторів. Онлайн-букінг квитків на літаки, потяги та автобуси робить процес планування подорожей більш зручним та швидким.

Інтеграція різних видів транспорту, таких як авіація, залізниця та автобусні маршрути, забезпечує безперебійні подорожі. Наприклад, багато аеропортів мають залізничні станції, що дозволяє пасажиром швидко та зручно продовжувати подорож потягом одразу після прибуття літака.

Європейський Союз також акцентує увагу на сталому розвитку транспорту. Ініціативи, спрямовані на зменшення викидів CO₂ та розвиток екологічно чистих транспортних засобів, сприяють екологічно відповідальному туризму. Розвиток велосипедної інфраструктури та електротранспорту є частиною цих зусиль.

Завдяки всім цим аспектам, транспортна інфраструктура Європейського Союзу забезпечує високий рівень мобільності туристів, роблячи подорожі зручними, швидкими та доступними. Це, в свою чергу, сприяє зростанню туристичного потоку до країн ЄС і підвищує загальну привабливість регіону як туристичного напрямку.

Впровадження політики безвізового режиму для громадян країн Європейського Союзу та їх партнерів стало одним з найважливіших чинників, що стимулювали розвиток міжнародного туризму в межах регіону. Це сприяло не лише збільшенню кількості туристів, але й підвищенню привабливості Європи як туристичного напрямку.

Політика безвізового режиму дозволила громадянам країн ЄС вільно пересуватися між країнами-членами без необхідності отримання віз. Це значно полегшило процес подорожей, оскільки туристам більше не потрібно було витратити час та ресурси на оформлення візових документів. Подорожі стали більш доступними

та спонтанними, що сприяло зростанню внутрішньоєвропейського туризму.

Скасування візових обмежень призвело до значного збільшення туристичних потоків в межах Європи. Громадяни країн ЄС та партнерів змогли легко планувати короткі поїздки на вихідні або відпустки до інших європейських країн, що сприяло розвитку міського, культурного та природного туризму. Такі країни, як Іспанія, Італія, Франція та Німеччина, почали приймати ще більше туристів, що позитивно вплинуло на їх економіку.

Безвізовий режим сприяв розвитку транскордонного туризму, що включає подорожі до сусідніх країн на короткі періоди. Це стало можливим завдяки відсутності необхідності віз, що дозволило туристам легко відвідувати кілька країн за одну подорож. Наприклад, туристи з Німеччини могли легко поїхати на вихідні до Нідерландів, Бельгії чи Франції[22].

Безвізовий режим зробив Європу більш привабливою для туристів з країн, що мають партнерські угоди з ЄС. Це включає країни, які мають угоди про безвізовий режим з ЄС, такі як США, Канада, Японія та інші. Можливість подорожувати по Європі без необхідності отримання віз зробила регіон ще більш привабливим для міжнародних туристів, що сприяло зростанню кількості відвідувачів з-за меж ЄС.

Зростання туристичних потоків позитивно вплинуло на економіку країн ЄС. Туристи витрачають кошти на проживання, харчування, розваги та покупки, що створює додаткові робочі місця та збільшує доходи місцевих підприємств. Крім того, розвиток туризму сприяє інвестиціям у туристичну інфраструктуру, таку як готелі, ресторани, культурні та розважальні заклади.

Важливим аспектом політики безвізового режиму є підтримка ідеї відкритих кордонів в межах ЄС, що сприяє зміцненню взаєморозуміння та культурного обміну між громадянами різних країн. Це допомагає зміцнити єдність Європейського Союзу та сприяє побудові спільного європейського ідентичності.

Таким чином, впровадження політики безвізового режиму стало важливим кроком на шляху до інтеграції європейського туристичного ринку, сприяючи збільшенню туристичних потоків, економічному зростанню та підвищенню привабливості Європи як провідного туристичного напрямку.

Країни Європейського Союзу активно використовували рекламні кампанії та маркетингові стратегії для просування своїх туристичних атракцій та культурної спадщини на міжнародному ринку. Ці стратегії були спрямовані на підвищення привабливості туристичних напрямків, залучення нових туристів і збільшення туристичних потоків, що позитивно впливало на економіку регіону.

Основні аспекти рекламних кампаній та маркетингових стратегій:

1. Цільові маркетингові кампанії.

Кожна країна ЄС розробляла цільові маркетингові кампанії, спрямовані на конкретні групи туристів, з урахуванням їх інтересів та вподобань. Наприклад, Іспанія активно рекламувала свої пляжі та курорти серед молоді та сімей, тоді як Австрія акцентувала увагу на своїх гірськолижних курортах для любителів зимових видів спорту. Франція фокусувалася на культурному туризмі, просуваючи Париж та виноробні регіони.

2. Рекламні кампанії в соціальних мережах.

З розвитком технологій та соціальних мереж країни ЄС почали активно використовувати ці платформи для просування своїх туристичних атракцій. Соціальні мережі дозволяли досягати широкої аудиторії, залучати молодих туристів та створювати візуально привабливий контент. Рекламні ролики, фотозвіти з визначних місць, відгуки та історії туристів, опубліковані в соцмережах, допомагали створити позитивний імідж країни[28].

3. Партнерські програми та співпраця з туроператорами.

Країни ЄС активно співпрацювали з міжнародними туроператорами та туристичними агентствами для просування своїх туристичних напрямків. Такі партнерські програми включали спільні рекламні кампанії, участь у міжнародних туристичних виставках, розробку спеціальних турів та пакетних пропозицій для іноземних туристів[28].

4. Просування культурних подій та фестивалів.

Організація та просування культурних подій, таких як музичні фестивалі, виставки, карнавали та спортивні заходи, були важливою частиною маркетингових

стратегій. Такі події приваблювали туристів з усього світу, надаючи їм можливість зануритися в культуру країни. Наприклад, Венеціанський карнавал, Октоберфест у Німеччині, Канський кінофестиваль у Франції стали світовими подіями, які привертають тисячі туристів.

5. Розробка брендингу та туристичних слоганів.

Створення яскравого та впізнаваного бренду було ключовим елементом маркетингових стратегій. Країни ЄС розробляли логотипи, слогани та рекламні матеріали, які відображали унікальні особливості та привабливість їхніх туристичних напрямків. Наприклад, слоган "I feel Slovenia" акцентує на природній красі та активному відпочинку в Словенії, тоді як "Spain is part of you" фокусується на культурному багатстві та гостинності Іспанії[3].

6. Інвестиції в туристичну інфраструктуру.

Паралельно з рекламними кампаніями країни інвестували в розвиток туристичної інфраструктури, включаючи будівництво нових готелів, модернізацію транспортних мереж, створення інформаційних центрів для туристів. Це дозволяло підвищити якість обслуговування, забезпечити комфортні умови для туристів та покращити їхній досвід відвідування.

Ефективні рекламні кампанії та маркетингові стратегії сприяли значному зростанню туристичних потоків до країн ЄС. Туристи з різних куточків світу зацікавилися культурним, природним та історичним багатством Європи. Це не лише підвищило економічний прибуток країн, але й зміцнило їхній імідж на міжнародній арені як провідних туристичних напрямків.

Стабільна підтримка туристичної галузі з боку урядів країн ЄС, включаючи інвестиції у туристичну інфраструктуру та фінансування рекламних кампаній, сприяла постійному зростанню цього сектору.

Уряди країн ЄС активно інвестували в розвиток туристичної інфраструктури, що включало модернізацію транспортних систем, будівництво нових готелів та рекреаційних зон, а також покращення доступності туристичних об'єктів. Зокрема, було значно покращено авіаційні, залізничні та автомобільні маршрути, що сприяло збільшенню мобільності туристів. Будівництво сучасних аеропортів та модернізація

залізничних вокзалів дозволили зменшити час на подорожі та підвищити їхній комфорт[5].

Уряди ЄС також виділяли значні кошти на фінансування рекламних кампаній, спрямованих на просування туристичних атракцій своїх країн на міжнародному ринку. Такі кампанії включали створення привабливих рекламних роликів, проведення міжнародних виставок та фестивалів, а також активне використання соціальних мереж для залучення молодшої аудиторії. Маркетингові стратегії були розроблені таким чином, щоб підкреслити унікальні культурні, історичні та природні багатства кожної країни, створюючи тим самим позитивний імідж на міжнародному рівні.

Особлива увага приділялася підтримці малого та середнього бізнесу в туристичній галузі. Уряди надавали фінансову допомогу та податкові пільги для розвитку готельного бізнесу, ресторанного сервісу та інших підприємств, що обслуговують туристів. Це не лише сприяло створенню нових робочих місць, але й підвищувало якість туристичних послуг.

Результатом стабільної підтримки стало постійне зростання туристичного сектору. Кількість відвідувачів країн ЄС зростала щороку, що позитивно впливало на економіку регіону. Туризм став важливим джерелом доходу для багатьох європейських країн, сприяючи розвитку інших галузей економіки, таких як транспорт, готельний бізнес, ресторани та розваги. Уряди продовжують активно працювати над подальшим розвитком цього сектору, усвідомлюючи його важливість для стійкого економічного зростання.

Усі ці чинники спільно сприяли стабільному росту туризму в країнах Європейського Союзу у доковідний період, забезпечуючи стале зростання популярності регіону серед туристів з усього світу.

2.2. Вплив COVID-19 на розвиток туризму в країнах Європейського Союзу

Пандемія COVID-19 мала руйнівний вплив на туристичну індустрію в усьому світі, включаючи країни Європейського Союзу (ЄС). Введені обмеження на подорожі, локдауни та інші запобіжні заходи призвели до різкого скорочення кількості туристів, що відвідали країни ЄС, і суттєвих економічних втрат для цієї галузі. Детально розглянемо основні аспекти впливу пандемії на туризм у ЄС.

I. Зниження туристичних потоків

Пандемія COVID-19 мала значний вплив на туристичну галузь країн Європейського Союзу (ЄС), спричинивши безпрецедентне скорочення міжнародних та внутрішніх туристичних потоків. За даними Євростату, кількість міжнародних прибуттів у країни ЄС зменшилася на понад 70% у 2020 році порівняно з попереднім роком. Цей різкий спад виявився катастрофічним, особливо для країн, чия економіка значною мірою залежить від туризму[25].

Іспанія, яка є однією з найпопулярніших туристичних країн у світі, зазнала значних економічних втрат через пандемію. У 2019 році Іспанію відвідали близько 83,7 мільйонів, що зробило її другою за популярністю туристичною дестинацією у світі після Франції. Однак у 2020 році цей показник скоротився більш ніж на 75%, що призвело до серйозних економічних наслідків для готельного бізнесу, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств, пов'язаних з туризмом. Багато з них були змушені закритися або скоротити штат працівників[29].

Італія, відома своїми історичними пам'ятками, культурною спадщиною та кухнею, також зазнала значного зменшення кількості туристів. До пандемії країну щороку відвідували понад 62 мільйони туристів. Проте у 2020 році ця цифра впала на більш ніж 70%. Особливо сильно постраждали популярні туристичні міста, такі як Рим, Флоренція та Венеція. Венеція, яка залежить від туризму для підтримки місцевої економіки, відчула на собі важкі економічні наслідки через відсутність мільйонів туристів.

Франція, яка займає перше місце у світі за кількістю туристів, також постраждала від значного скорочення туристичних потоків. У 2019 році країну відвідали близько 89,4 мільйони туристів, тоді як у 2020 році ця кількість скоротилася на понад 70%. Париж, відомий своїми культурними та історичними пам'ятками, такими як Ейфелева вежа та Лувр, відчув значний спад туристичної активності. Це мало серйозний вплив на готелі, ресторани, музеї та інші туристичні підприємства[25].

Греція, чия економіка значною мірою залежить від туризму, також зазнала серйозних втрат. До пандемії країну щороку відвідували близько 34 мільйонів туристів. У 2020 році ця кількість зменшилася більш ніж на 70%, що негативно позначилося на доходах готельного бізнесу, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств, пов'язаних з туризмом. Острівні дестинації, такі як Крит, Санторіні та Міконос, відчули на собі особливо важкі наслідки через різке зменшення кількості відвідувачів[29].

Загалом, пандемія COVID-19 завдала серйозного удару по туристичній індустрії ЄС, призвівши до значного скорочення туристичних потоків та економічних втрат. Найбільше постраждали країни, залежні від туризму, такі як Іспанія, Італія, Франція та Греція. Вони змушені були впроваджувати різні заходи для підтримки своїх туристичних секторів, включаючи фінансову допомогу та стимулювання внутрішнього туризму. Відновлення туристичної галузі вимагає часу і зусиль, але поступове пом'якшення обмежень та вакцинація дають надію на поступове повернення до нормального стану.

II. Економічні втрати

Пандемія COVID-19 завдала серйозного удару по туристичній індустрії Європейського Союзу (ЄС), призвівши до значних економічних втрат і негативних наслідків для багатьох підприємств і працівників у цьому секторі.

Закриття готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств, пов'язаних з туризмом, призвело до масштабної втрати доходів та робочих місць. За оцінками Європейської комісії, втрати доходів у туристичному секторі ЄС у 2020 році склали понад 1 трильйон євро. Це пов'язано з різким зменшенням кількості туристів,

як міжнародних, так і внутрішніх, що відбилося на всіх аспектах туристичного бізнесу[29].

Готельний бізнес зазнав серйозних втрат через обмеження на подорожі та соціальне дистанціювання. Закриття готелів призвело до значного скорочення доходів, а також до звільнення працівників. У деяких країнах, таких як Іспанія, Італія та Франція, готелі зіткнулися з кризою виживання, адже більшість з них не мали жодних гостей протягом тривалого часу.

Ресторани також зазнали значних збитків через обмеження на відвідування та необхідність забезпечення безпеки клієнтів. Багато ресторанів були змушені закритися, а ті, що залишилися відкритими, працювали в обмеженому режимі, пропонуючи лише доставку або замовлення на виніс.

Туристичні агентства та туроператори також постраждали через скасування масових подорожей і обмеження на в'їзд до багатьох країн. Багато агентств зазнали втрат через повернення коштів за скасовані поїздки, а також через відсутність нових бронювань. Це призвело до банкрутства деяких компаній та значного скорочення робочих місць у цьому секторі.

Авіакомпанії понесли величезні збитки через різке зменшення кількості рейсів та пасажирів. За оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), світова авіаційна галузь втратила понад 118 мільярдів доларів у 2020 році. Європейські авіакомпанії, такі як Lufthansa, Air France-KLM та Ryanair, були змушені скорочувати свої рейси, звільняти працівників та шукати державну підтримку для виживання[25].

Інші транспортні компанії, такі як залізничні та автобусні перевізники, також зазнали значних втрат через зменшення кількості пасажирів. Наприклад, залізничні компанії у Франції та Німеччині відзначили різке зниження пасажиропотоку, що призвело до зменшення доходів та необхідності скорочення витрат.

Пандемія COVID-19 спричинила значні економічні втрати для туристичної індустрії ЄС. Закриття готелів, ресторанів, туристичних агентств та транспортних компаній призвело до втрати доходів та робочих місць. Відновлення цього сектору потребуватиме часу, інвестицій та ефективних стратегій для залучення туристів та

стимулювання подорожей у постпандемічний період. III. Зміни в поведінці туристів

Пандемія змінила поведінку туристів, підвищивши попит на внутрішній туризм та подорожі до віддалених, менш населених місць. Багато європейців віддавали перевагу відпочинку у власних країнах, що частково компенсувало втрати від зменшення міжнародного туризму. Також зросла популярність екотуризму та активного відпочинку на природі, де можна дотримуватися соціальної дистанції.

IV. Заходи підтримки від урядів

Пандемія COVID-19 спричинила масштабну кризу в туристичній галузі Європейського Союзу (ЄС). Одним із найочевидніших наслідків стало значне скорочення міжнародних та внутрішніх туристичних потоків. Найбільше постраждали країни, залежні від туризму, такі як Іспанія, Італія, Франція та Греція[18].

Туристична індустрія ЄС зазнала значних економічних втрат через пандемію. Закриття готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств призвело до втрати доходів та робочих місць. За оцінками Європейської комісії, втрата доходів у туристичному секторі ЄС у 2020 році склала понад 1 трильйон євро. Крім того, значні збитки понесли авіакомпанії та інші транспортні компанії, що обслуговують туристів.

Уряди країн ЄС та Європейська комісія вжили низку заходів для підтримки туристичної галузі під час кризи. Зокрема, були виділені фінансові пакети допомоги для туристичних підприємств, програми субсидій на заробітну плату працівникам, а також пільгові кредити та гранти для малого та середнього бізнесу.

Європейські уряди та Європейська комісія виділили значні фінансові ресурси для підтримки туристичної галузі.

Було запроваджено різні програми допомоги, які включали:[24, с.87]

- Прямі фінансові допомоги: підприємства туристичної галузі отримували прямі субсидії для покриття частини своїх витрат та забезпечення своєї діяльності під час кризи.
- Пільгові кредити та гранти: малий та середній бізнес мав доступ до пільгових кредитів з низькими відсотковими ставками та грантів, які не потребували

повернення. Це дозволяло підприємствам підтримувати свою ліквідність та уникати банкрутства.

- Податкові пільги: деякі країни ЄС запровадили податкові пільги для підприємств туристичного сектора, що дозволило їм зменшити свої витрати та фінансовий тиск.

Для запобігання масовим звільненням уряди країн ЄС впровадили програми субсидій на заробітну плату. Ці програми дозволяли компаніям тимчасово зменшувати робочий час або відправляти працівників у відпустку з частковим збереженням заробітної плати, при цьому частину витрат на заробітну плату покривав уряд. Це допомогло зберегти робочі місця та підтримати доходи працівників у період низької економічної активності.

Для підтримки малого та середнього бізнесу в туристичній галузі було розроблено спеціальні кредитні та грантові програми. Європейська комісія та національні уряди надавали:

- Пільгові кредити: підприємства могли отримувати кредити з низькими відсотковими ставками та тривалими періодами погашення, що дозволяло їм зберігати ліквідність та продовжувати діяльність.
- Гранти: надавалися безповоротні гранти для підтримки інноваційних проєктів, адаптації до нових умов та розвитку нових бізнес-моделей у туристичному секторі.

Європейська комісія розробила рекомендації для безпечного відновлення туризму, щоб забезпечити захист здоров'я туристів і працівників галузі. Основні заходи включали:

- Стандарти гігієни та безпеки: введення суворих стандартів гігієни та безпеки у готелях, ресторанах, туристичних об'єктах та транспортних засобах.
- Зелений коридори: створення "зелених коридорів" для безпечних подорожей між країнами ЄС, які мали схожі рівні контролю пандемії. Це дозволило туристам подорожувати без необхідності проходження карантину.
- Цифрові сертифікати COVID: впровадження цифрових сертифікатів COVID, які містили інформацію про вакцинацію, негативні результати тестування або

одужання від COVID-19, що спрощувало подорожі в межах ЄС.

Зусилля урядів країн ЄС та Європейської комісії щодо підтримки туристичної галузі під час пандемії COVID-19 включали широкі фінансові пакети, програми субсидій на заробітну плату, пільгові кредити та гранти, а також рекомендації щодо безпечного відновлення туризму. Ці заходи допомогли пом'якшити негативні наслідки кризи та заклали основу для відновлення туристичного сектора в постпандемічний період.

V. Перспективи відновлення

Завдяки вакцинації та послабленню обмежень у 2021 році туристична галузь ЄС почала демонструвати ознаки відновлення. Країни ЄС працювали над відновленням довіри туристів, впроваджуючи суворі заходи безпеки та гігієни у туристичних зонах. Запровадження цифрового COVID-сертифіката дозволило спростити подорожі між країнами ЄС, сприяючи поступовому поверненню туристів[4, с.334].

2021 рік приніс певне відновлення, але воно було нерівномірним і обмеженим. Кількість міжнародних прибуттів до ЄС зросла на 32% порівняно з 2020 роком, але все ще на 47% нижча, ніж у 2019 році. Дохід від туризму зріс на 26%, але все ще на 38% нижчий, ніж у 2019 році.

2022 рік був роком подальшого відновлення, але воно все ще не досягло рівня 2019 року. Кількість міжнародних прибуттів до ЄС зросла на 58% порівняно з 2021 роком, але все ще на 26% нижча, ніж у 2019 році. Дохід від туризму зріс на 46%, але все ще на 23% нижчий, ніж у 2019 році.[3]

Пандемія COVID-19 мала глибокий вплив на туристичну індустрію Європейського Союзу, призвівши до значних економічних втрат та змін у поведінці туристів. Однак завдяки активним заходам підтримки з боку урядів та поступовому відновленню міжнародних подорожей, туристичний сектор ЄС почав виходити з кризи. Важливим уроком стало розуміння необхідності диверсифікації туристичних послуг та підвищення стійкості галузі до майбутніх викликів.

2.3. Сучасний стан туризму в країнах Європейського Союзу

На сьогоднішній день туризм в країнах Європейського Союзу (ЄС) продовжує відновлюватися після важкої періоду пандемії COVID-19. Значна частина країн ЄС вже поступово відкриває кордони для туристів і вводить послаблені обмеження щодо подорожей. Туристичні агентства, готелі, ресторани та інші підприємства поступово відновлюють свою роботу, дотримуючись нових правил безпеки та гігієни.

Наразі туристична галузь країн Європейського Союзу не повернулася до попереднього рівня. Пандемія залишила значний слід на цьому секторі, призводячи до серйозних фінансових втрат для багатьох туристичних підприємств. Щоб повністю відновити свою діяльність, багато з них потребують часу та ресурсів[19, с.21-37].

Особливо вразливими до цих змін є країни, чия економіка сильно залежить від туризму, такі як Іспанія, Італія та Греція. Зменшення потоків туристів та доходів становить серйозний виклик для їхньої економічної стійкості та соціальної сфери. Ці країни продовжують боротися з наслідками пандемії, в той час як туристичні галузі інших країн теж відчувають на собі вплив зниження туристичного попиту та обсягів доходів.

Уряди країн ЄС вживають різноманітних заходів для підтримки туристичного сектору та стимулювання попиту на туристичні послуги. Фінансова підтримка, податкові пільги та інші заходи спрямовані на допомогу туристичним підприємствам у цей складний час. Паралельно розробляються нові стратегії та ініціативи для привернення туристів та створення сприятливих умов для подорожей у межах ЄС.

Наразі туристична галузь країн Європейського Союзу не повернулася до попереднього рівня. Пандемія залишила значний слід на цьому секторі, призводячи до серйозних фінансових втрат для багатьох туристичних підприємств. Щоб повністю відновити свою діяльність, багато з них потребують часу та ресурсів.

Особливо вразливими до цих змін є країни, чия економіка сильно залежить від туризму, такі як Іспанія, Італія та Греція. Зменшення потоків туристів та доходів становить серйозний виклик для їхньої економічної стійкості та соціальної сфери. Ці

країни продовжують боротися з наслідками пандемії, в той час як туристичні галузі інших країн теж відчувають на собі вплив зниження туристичного попиту та обсягів доходів.

Уряди країн ЄС вживають різноманітних заходів для підтримки туристичного сектору та стимулювання попиту на туристичні послуги. Фінансова підтримка, податкові пільги та інші заходи спрямовані на допомогу туристичним підприємствам у цей складний час. Паралельно розробляються нові стратегії та ініціативи для повернення туристів та створення сприятливих умов для подорожей у межах ЄС.

У 2022 році міжнародний туризм продемонстрував значне відновлення, досягнувши 63% від допандемічного рівня. Це стало можливим завдяки значному відкладеному попиту та зняттю або послабленню обмежень на подорожі у багатьох країнах. Протягом року понад 900 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі, що вдвічі більше, ніж у 2021 році, але все ще на 37% менше, ніж у 2019 році[28].

Європа, найбільший у світі регіон призначення, зафіксувала 585 мільйонів прибуттів у 2022 році, досягнувши майже 80% рівня до пандемії (-21% порівняно з 2019 роком). У 2022 році на Близькому Сході відбулося найсильніше відносне зростання в усіх регіонах, де кількість прибуттів зросла до 83% від рівня до пандемії (-17% порівняно з 2019 роком). В Африці та Америці відновилося близько 65% відвідувачів до пандемії, а в Азії та Тихому океані – лише 23% через суворіші обмеження, пов'язані з пандемією[28].

Згідно з субрегіональними даними, Західна Європа (87%) і Карибський басейн (84%) наблизилися до рівня до пандемії. У 2022 році також відбулося значне відновлення витрат на туризм, що призвело до повернення доходів у багатьох напрямках до рівня, який був до пандемії[28].

Міжнародний туризм має намір консолідувати своє відновлення у 2023 році завдяки відкладеному попиту, особливо з Азії та Тихоокеанського регіону, оскільки напрямки та ринки відкриваються. Опитування групи експертів ЮНВТО показує, що 72% респондентів очікують кращих показників у 2023 році. Однак більшість

експертів (65%) також вважають, що міжнародний туризм не повернеться до рівня 2019 року до 2024 року або пізніше[28].

Відповідно до сценаріїв ЮНВТО на 2023 рік, кількість міжнародних туристів може досягти 80–95% від рівня до пандемії, причому очікується, що Європа та Близький Схід досягнуть цього рівня. Проте попереду залишаються важливі ризики, особливо економічні та геополітичні[28].

Складне економічне середовище, включаючи високу інфляцію та стрибок цін на нафту, а також побоювання глобальної рецесії, як і раніше залишаються головним фактором, що перешкоджає відновленню туризму. Триваюча невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншою зростаючою геополітичною напруженістю, проблемами охорони здоров'я, пов'язаними з COVID-19, а також нестачею робочої сили також становлять негативні ризики.

У майбутньому очікується, що туристи все більше шукатимуть співвідношення ціни та якості та подорожуватимуть поблизу дому у відповідь на складне економічне середовище. Вищі ціни на продукти харчування та енергоносії призводять до зниження купівельної спроможності та слабкої довіри споживачів, що може вплинути на попит на подорожі у 2023 році. Наступ Росії в Україні та геополітична напруженість у Північно-Східній Азії також можуть порушити нормалізацію подорожей[28].

Після значного відновлення в 2022 році міжнародний туризм може піднятися до рівня до пандемії у 2023 році завдяки значному відкладеному попиту та відновленню туристичних потоків у більшості частин світу, включаючи повторне відкриття кількох напрямків і вихідних ринків в Азії, зокрема Китаї. Проте повне відновлення залишається залежним від певних ризиків, таких як потенційне уповільнення економіки на тлі високої інфляції та стрімкого підвищення процентних ставок, що призводить до збільшення фінансових витрат і рівня боргу.

Таким чином, міжнародний туризм показує ознаки відновлення, але все ще залишається під впливом економічних та геополітичних викликів, які можуть вплинути на темпи цього відновлення у найближчі роки.

Загалом, туризм в країнах Європейського Союзу залишається важливою

галуззю економіки, яка має великий потенціал для відновлення та подальшого розвитку. Уряди країн ЄС продовжують активно працювати над підтримкою туристичної галузі та стимулюванням туристичного попиту, сподіваючись на повернення до попереднього рівня активності і відновлення туристичного сектора на нових, більш стійких засадах.

Висновок до розділу 2

Туризм є одним з ключових факторів економічного розвитку країн Європейського Союзу, залучаючи мільйони туристів щороку. Завдяки багатшаровій культурній спадщині, історичним пам'яткам, природним красам та іншим атракціям, ЄС є привабливим регіоном для відвідувачів з усього світу. Цей сектор сприяє створенню робочих місць, стимулює розвиток інфраструктури та сприяє економічному зростанню.

Доступність країн ЄС для туристів значною мірою залежить від розвитку транспортної інфраструктури. Авіаційні, залізничні та автомобільні маршрути відіграють ключову роль у забезпеченні зручних та швидких способів пересування. Розвиток транспортних зв'язків сприяє підвищенню привабливості туристичних напрямків та збільшенню кількості відвідувачів.

Правові рамки, що регулюють візовий режим, безпеку та інші аспекти туристичної діяльності, також впливають на розвиток туризму. Спрощення візових процедур, забезпечення високого рівня безпеки та дотримання міжнародних стандартів допомагають створювати сприятливі умови для туристів та сприяють зростанню туристичних потоків.

Пандемія COVID-19 мала значний вплив на туристичний сектор країн ЄС. Зафіксовано серйозні втрати через зменшення міжнародних та внутрішніх туристичних потоків, закриття підприємств та втрату доходів. Обмеження на подорожі, карантинні заходи та загальна невизначеність призвели до суттєвого

скорочення туристичної активності.

Незважаючи на складнощі, уряди та туристичні підприємства країн ЄС продовжують працювати над відновленням та розвитком туристичного сектору. Використовуючи нові стратегії та ініціативи, вони спрямовують зусилля на забезпечення стійкості та конкурентоспроможності галузі.

Туризм є важливим компонентом економіки країн Європейського Союзу, який відіграє ключову роль у створенні робочих місць, розвитку інфраструктури та економічному зростанні. Однак, цей сектор змушений пристосовуватися до постійних змін, зокрема зумовлених глобальними кризами, такими як пандемія COVID-19.

Уряди та туристичні компанії країн ЄС продовжують працювати над відновленням та розвитком сектору, використовуючи нові стратегії та ініціативи для забезпечення його стійкості та конкурентоспроможності. Відновлення туризму вимагає зусиль у напрямку розвитку стійкого туризму, використання цифрових технологій та підвищення рівня співпраці між країнами-членами. Незважаючи на складнощі, туристичний сектор має великий потенціал для подальшого зростання та розвитку, сприяючи економічному процвітанню країн ЄС.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

3.1. Проблеми у розвитку туризму у країнах Європейського Союзу, зумовлені пандемією

Проблеми у розвитку туризму у країнах Європейського Союзу, зумовлені пандемією COVID-19, є надзвичайно серйозними та впливають на різні аспекти туристичної галузі.

1. Зменшення туристичних потоків.

Закриття кордонів та введення карантину внаслідок пандемії COVID-19 викликали серйозні обмеження для міжнародних подорожей у країнах Європейського Союзу (ЄС). Ці заходи суттєво скоротили потік туристів, що відвідують країни ЄС, оскільки багато подорожей були скасовані або відкладені через обмеження та невизначеність щодо безпеки подорожей [12, с.11-16].

Це призвело до значного зниження доходів туристичних підприємств, таких як готелі, ресторани, туристичні агентства та інші пов'язані галузі. Багато підприємств стали зазнавати серйозних фінансових труднощів через відсутність туристичних клієнтів, а деякі навіть змушені були припинити свою діяльність або зменшити обсяги роботи.

Підприємства, що залежать від міжнародного туризму, особливо великі готелі, музеї та інші туристичні атракції, понесли значні збитки через скорочення туристичних потоків. Ці збитки також поширилися на інші галузі, такі як транспорт, роздрібна торгівля та місцеві послуги, які зазвичай отримують прибуток від туристичного сектору. (таблиця 3.1.)

Зменшення туристичних потоків під час пандемії COVID-19: порівняння країн ЄС[25]

Країна	Зниження прибуттів туристів (2020 р. порівняно з 2019 р.)	Втрата доходу (млрд євро)	Втрата робочих місць (тис.)
Іспанія	83%	42,3	1 060
Франція	73%	32,4	810
Італія	72%	27,1	680
Німеччина	69%	22,1	550
Великобританія	68%	18,6	460
Греція	75%	14,7	370
Нідерланди	70%	12,9	320
Португалія	70%	11,5	290
Австрія	68%	10,4	260
Бельгія	67%	8,7	220

У зв'язку з цим, туристична галузь ЄС стикається з серйозними викликами та потребує ефективних заходів для подолання кризи та відновлення діяльності.

2. Втрата робочих місць.

Закриття готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств, пов'язаних з туризмом, стало наслідком пандемії COVID-19 і призвело до серйозного загострення проблем на ринку праці в країнах Європейського Союзу (ЄС). Масове звільнення працівників у цих галузях призвело до великої кількості безробітних, що створило серйозні соціально-економічні проблеми[1].

Звільнення працівників у туристичній галузі погіршило фінансове становище мільйонів людей, особливо тих, хто працював у найбільш постраждалих секторах, таких як готельний бізнес, ресторанний сервіс та туристичні послуги. Це призвело до зменшення доходів сімей і загострення фінансового стресу.

Помітним наслідком масового звільнення стало збільшення числа людей, які

опинилися у складному фінансовому положенні, зокрема, тих, хто працював у нестабільних секторах, які зазнали найбільших втрат через пандемію. Це може призвести до збільшення бідності, соціальної напруги та загострення економічних нерівностей.

Отже, масове звільнення працівників у туристичній галузі країн ЄС стало серйозною проблемою, яка вимагає комплексного підходу та ефективних заходів з боку урядів для забезпечення підтримки безробітних та стабілізації ситуації на ринку праці.

3. Фінансові втрати.

Туристична галузь Європейського Союзу (ЄС) понесла надзвичайно великі фінансові втрати через пандемію COVID-19. Скасування або відкладення подорожей, а також зниження туристичного попиту призвели до значного зменшення доходів у цьому секторі. Втрати охоплюють не лише готелі, ресторани та інші туристичні підприємства, але й авіакомпанії, транспортні компанії та інші супутні галузі.

Це масштабне зниження туристичного попиту вплинуло на економіку країн ЄС в цілому, оскільки туризм є одним із ключових секторів їхньої економіки. Мільярди євро втраченого доходу від туризму призвели до зменшення ВВП, втрати робочих місць та загальної економічної нестабільності. Крім того, країни, які особливо залежать від туристичного сектору, такі як Іспанія, Італія, Франція та Греція, відчули найбільший удар із-за пандемії, оскільки туризм є основним джерелом доходів для їхньої економіки[28].

Ця ситуація підкреслює необхідність ефективного відновлення туристичної галузі та прийняття заходів підтримки від урядів, щоб допомогти відновити туристичну активність та відновити економічне благополуччя в регіоні.

4. Нестабільність та невизначеність.

Тривала нестабільність у зв'язку з пандемією COVID-19 суттєво ускладнює планування та організацію подорожей в країнах Європейського Союзу (ЄС). Непередбачуваність стосовно можливості подорожувати, посилені обмеження та введення нових правил у різних країнах ЄС створюють серйозні перешкоди для туристів.

По-перше, невизначеність щодо рівня безпеки та можливості перетину кордонів призводить до того, що подорожі стають ризикованими та непередбачуваними. Подорожуючи до ізольованих країн або регіонів з високим рівнем захворюваності, туристи можуть стикнутися з різними обмеженнями, включаючи карантин та обмеження на рух.

По-друге, посилені обмеження та введення нових правил, таких як обов'язкове носіння масок, дистанціювання та інші протиепідемічні заходи, роблять подорожі менш комфортними та приємними. Туристи повинні дотримуватися різних правил у різних країнах та регіонах, що може призвести до плутанини та непорозумінь.

Загалом, нестабільність ситуації з пандемією COVID-19 ускладнює туризм у країнах ЄС, і туристи повинні бути готові до змін у планах та умовах подорожей, які можуть виникнути через поширення вірусу та заходи, вжиті для його контролю.

5. Вплив на інші сектори.

Так, пандемія COVID-19 вразила не лише туристичну галузь, але й інші супутні сектори, які є важливими складовими туристичної індустрії. Ось кілька з них:

- Зменшення міжнародних подорожей суттєво ударило по авіаційній та залізничній галузях. Авіакомпанії зазнали значних втрат через скасування рейсів і зниження пасажиропотоку. Зменшення попиту на громадський транспорт також відчували місцеві перевізники.
- Закриття ресторанів, кафе та готелів або введення обмежень на їх роботу призвело до серйозних фінансових втрат. Багато закладів змушені були шукати альтернативні способи роботи, такі як доставка їжі та інші варіанти обслуговування.
- Магазины, які спеціалізуються на туристичних сувенірах та подарунках, також постраждали через зменшення потоку туристів. Вони змушені були адаптуватися до змінених умов, що призвело до зниження прибутку.
- Скасування або обмеження культурних заходів, таких як музейні екскурсії, концерти, фестивалі та інші події, також вплинули на доходи та робочі місця в цьому секторі.

Загалом, пандемія COVID-19 мала глибокий і комплексний вплив на

туристичну галузь та супутні сектори, що відобразилося на економіці країн ЄС та житті місцевих громад.

Ці проблеми ставлять під загрозу стабільність та розвиток туризму в країнах ЄС і вимагають комплексного підходу для їх вирішення.

Пандемія COVID-19 відіграла катастрофічну роль у сфері туризму країн Європейського Союзу, суттєво змінивши туристичні потоки та вплинувши на економіку цього сектору. Для кращого розуміння обсягів змін, надзвичайно важливо проаналізувати статистичні дані щодо відвідуваності та інших показників туристичної активності в різних країнах ЄС. Наведені нижче таблиці (таблиця 3.1. та 3.2.) містять основні дані та статистику щодо впливу COVID-19 на туризм в країнах Європейського Союзу.

Таблиця 3.1.

Вплив COVID-19 на туризм в країнах Європейського Союзу[25]

Показник	2019	2020	Зміна, %
Кількість туристичних прибуттів, млн	495	134	-73
Втрата, млн туристичних прибуттів	-	-474	-
Внутрішній туризм, млн туристичних прибуттів	361	235	-35
Втрата робочих місць, млн туристичних прибуттів	-	2,4	-
Збитки, трлн євро	-	2,4	-
Частка міжнародного туризму, %	58	25	-56
Частка внутрішнього туризму, %	42	75	+83

Таблиця 3.2.

Вплив COVID-19 на туризм в основних країнах Європейського Союзу[25]

Країна	Кількість туристичних прибуттів, млн (2019)	Кількість туристичних прибуттів, млн (2020)	Зміна, %
Франція	89,4	24,8	-72

Іспанія	83,7	19,2	-77
Італія	62,1	14,8	-76
Німеччина	58,8	18,1	-70
Велика Британія	39,5	10,3	-74
Австрія	30,0	6,6	-78
Греція	31,5	4,5	-86
Португалія	29,3	6,3	-78
Нідерланди	19,8	4,5	-77
Бельгія	18,5	4,1	-78

Пандемія COVID-19 мала серйозний вплив на туристичну галузь країн Європейського Союзу, призводячи до ряду складних проблем у розвитку цього сектору. Закриття кордонів, введення карантину, обмеження на міжнародні подорожі та інші заходи безпеки значно зменшили туристичні потоки, що призвело до втрат доходів та робочих місць у галузі. Великі збитки зазнали туристичні підприємства, готелі, ресторани та інші суб'єкти туристичного бізнесу. Нестабільність ситуації та невизначеність щодо можливості подорожувати також ускладнюють планування та організацію подорожей, що стає додатковим чинником у відновленні туристичного ринку. Водночас, пандемія суттєво вразила інші сектори економіки, такі як транспорт, ресторанний бізнес та місцева торгівля. Для подальшого відновлення туристичної галузі країни ЄС потребують комплексного підходу та спільних зусиль національних та міжнародних владних структур.

3.2. Шляхи відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після Covid-

19

Після пандемії COVID-19 країни Європейського Союзу стали ставити перед собою завдання відновлення туристичної галузі, яка серйозно постраждала внаслідок

обмежень та закриття кордонів. Шляхи відновлення туризму стали пріоритетним завданням для багатьох країн, оскільки цей сектор грає ключову роль у їхній економіці, забезпечуючи робочі місця, доходи та розвиток регіонів. Для досягнення цієї мети, уряди країн ЄС розробили та впроваджували різноманітні стратегії та заходи, спрямовані на підтримку туристичної галузі та стимулювання подорожей. У цьому розділі ми розглянемо ключові шляхи відновлення туризму в країнах Європейського Союзу після пандемії COVID-19.

Країни Європейського Союзу вживали різноманітні заходи для відновлення туризму після пандемії COVID-19:

- Фінансова підтримка.

Уряди країн ЄС виділяли фінансові кошти для підтримки туристичних підприємств, готелів, ресторанів та інших суб'єктів галузі. Це включало надання субсидій, кредитів за пільговими умовами, а також грантів для збереження робочих місць та збереження підприємств.

- Стимулювання внутрішнього туризму.

Країни ЄС активно просували внутрішній туризм, спонукаючи своїх громадян відвідувати туристичні місця та об'єкти у власній країні. Це може бути зроблено шляхом рекламних кампаній, знижених тарифів для внутрішніх подорожей, або навіть використанням податкових стимулів.

- Безпека та гігієна.

Запровадження стандартів безпеки та гігієни в туристичних закладах, таких як готелі, ресторани та музеї, стало пріоритетом. Вони включали дотримання соціального дистанціювання, носіння масок, регулярну дезінфекцію та інші заходи, щоб забезпечити безпеку та здоров'я туристів та персоналу.

- Співпраця на міжнародному рівні.

Країни ЄС співпрацювали з іншими країнами та міжнародними організаціями для розвитку спільних стратегій відновлення туризму. Це включало обмін інформацією про епідеміологічну ситуацію, розробку спільних протоколів безпеки та спільні маркетингові ініціативи для просування туристичних напрямків.

- Розробка нових туристичних продуктів.

Країни ЄС активно розробляли та просували нові туристичні продукти, спрямовані на внутрішній та зовнішній ринки. Це може включати нові форми туризму, такі як екологічний туризм, культурні маршрути, відпочинок на природі тощо.

Ці заходи допомагають країнам Європейського Союзу відновити туристичну галузь та забезпечити стале та безпечне відновлення туризму після пандемії COVID-19.

Крім того, деякі країни ЄС вжили додаткових заходів:

Франція виявила велику підтримку своєму туристичному сектору, виділивши значну суму в 4 мільярди євро. Ці кошти були спрямовані на різноманітні заходи, спрямовані на підтримку галузі та стимулювання туристичного попиту. Одним з ключових заходів стала масштабна маркетингова кампанія під назвою "Et si on s'aimait encore?" ("А якщо ми ще полюбилися?"). Ця кампанія спрямована на внутрішній та зовнішній ринок і має на меті підкреслити привабливість Франції як туристичного напрямку та надихнути туристів повернутися до подорожей у цій країні після пандемії COVID-19. Вона включає рекламні кампанії у соціальних мережах, телебаченні, пресі, а також спеціальні заходи, що пропонуються для туристів та місцевого населення, спрямовані на підтримку місцевих підприємств та розвиток туристичної інфраструктури[25].

Іспанія також виявила велику підтримку своєму туристичному сектору, виділивши значні кошти у розмірі 3,5 мільярда євро. Ці фінансові ресурси були спрямовані на різноманітні заходи, спрямовані на підтримку та стимулювання туристичної галузі після складних часів, пов'язаних з пандемією COVID-19. Одним із ключових заходів стала запуск маркетингової кампанії під назвою "España, un lugar para volver" ("Іспанія, місце, куди хочеться повертатися"). Ця кампанія спрямована на як внутрішній, так і зовнішній ринок і спроектована з метою підкреслити привабливість Іспанії як туристичного напрямку та позитивно вплинути на туристичний попит. Вона включає рекламні кампанії у різних медіа, таких як соціальні мережі, телебачення та преса, а також спеціальні заходи та заохочення для

туристів, спрямовані на підтримку місцевих підприємств та розвиток туристичної інфраструктури[23].

Італія також вжила рішучих заходів для підтримки свого туристичного сектору, інвестуючи 2,5 мільярда євро в цілому. Ці кошти були спрямовані на різні програми та ініціативи з метою стимулювання відновлення туристичної діяльності після пандемії COVID-19. Одним із головних заходів стала запуск маркетингової кампанії під назвою "Italia, ripartiamo!" ("Італія, рухаємося вперед!"). Ця кампанія має на меті відновлення довіри до туристичного продукту Італії та привертання як внутрішніх, так і зовнішніх туристів. Вона охоплює широкий спектр медіа, включаючи телебачення, інтернет-ресурси, соціальні мережі та засоби масової інформації, щоб підкреслити красу, культурне надбання та гастрономічні переваги країни. Крім того, в рамках цієї програми були розроблені різноманітні туристичні пакети, спеціальні знижки та пропозиції для туристів, які сприяють відновленню попиту на туристичні послуги в Італії[23].

Німеччина реагувала на виклики, що постали перед туристичною галуззю, і виділила значні кошти у розмірі 6 мільярдів євро для підтримки свого туристичного сектору. Ці фінансові ресурси були спрямовані на широкий спектр заходів, спрямованих на стимулювання відновлення туристичної діяльності та підтримку підприємств, що постраждали від пандемії COVID-19.

Однією з ключових ініціатив стала маркетингова кампанія під назвою "Deutschland. Land der Ideen." ("Німеччина. Країна ідей."). Ця кампанія була спроектована для підтримки внутрішнього туризму та привертання уваги зовнішніх туристів до різноманітних туристичних можливостей, які пропонує Німеччина. Вона була орієнтована на показ культурної, історичної та природної різноманітності країни, а також на підкреслення інноваційного потенціалу та якості послуг, що пропонуються[24, с.87].

Крім того, частину цих коштів спрямовано на створення спеціальних програм та ініціатив для підтримки туристичних підприємств, які зазнали великих втрат через пандемію. Це включає в себе програми субсидій, кредитів під низький відсоток або

грантів для збереження робочих місць та стимулювання розвитку нових ідей та ініціатив у сфері туризму.

Велика Британія відгукнулася на виклики, що виникли внаслідок пандемії, і вирішила підтримати свій туристичний сектор. Для цього уряд виділив значні фінансові ресурси у розмірі 1,5 мільярда фунтів стерлінгів. Ці кошти були спрямовані на різні програми та заходи для підтримки туристичних підприємств та повертання відвідувачів.

Однією з ключових ініціатив стала маркетингова кампанія під назвою "Welcome Back" ("Ласкаво просимо назад"). Ця кампанія була спроектована для стимулювання відновлення туристичної діяльності в країні після періоду обмежень і карантину. Вона мала на меті підкреслити готовність та гостинність Великої Британії для повернення туристів, а також привернути увагу до різноманітних туристичних атракцій та послуг, які країна може запропонувати[29].

Крім того, частина цих коштів була спрямована на реалізацію програм та ініціатив з підтримки місцевих туристичних підприємств. Це включало в себе надання фінансової допомоги, низькопроцентних кредитів та інших фінансових інструментів для забезпечення стабільності та відновлення робочих місць у галузі туризму.

Важливо зазначити, що процес відновлення туризму в ЄС ще триває, і його результати будуть залежати від ряду факторів, таких як хід пандемії COVID-19, економічна ситуація, політична стабільність та впевненість туристів.

3.3. Перспективи розвитку нових напрямків туризму в країнах Європейського Союзу після Covid-19

Пандемія COVID-19 суттєво змінила туризм в країнах Європейського Союзу, викликаючи несподівані виклики та перегляд пріоритетів. Однак в цьому кризовому контексті виникають і нові можливості для розвитку туристичної галузі. Шляхи

реформування та впровадження нових напрямків туризму можуть допомогти країнам ЄС відновити економіку, забезпечити стійкий розвиток та залучити нових туристів.

Після пандемії COVID-19 спостерігається збільшений інтерес до природних місць серед туристів, оскільки вони шукають можливості для відпочинку в екологічно чистому середовищі. Цей тренд створює перспективи для розвитку нових напрямків туризму в країнах Європейського Союзу. Одним з найбільш обіцяючих напрямків є екотуризм, який передбачає відвідування природних територій з метою їх вивчення, збереження та підтримки. Країни ЄС можуть розвивати екотуризм, пропонуючи туристам можливості для активного відпочинку в національних парках, заповідниках та інших природно-захищених територіях[4, с.334].

Крім того, зелений туризм стає все більш популярним серед туристів, які цікавляться екологічно чистою продукцією та збереженням традиційних сільськогосподарських практик. Країни ЄС можуть сприяти розвитку такого виду туризму, пропонуючи відвідувачам можливість брати участь у сільськогосподарських роботах, вирощуванні органічних культур та споживанні місцевих страв.

Крім того, зелений туризм, набуває популярності серед туристів, які шукають способи подорожувати, мінімізуючи негативний вплив на довкілля. Це включає в себе відвідування місцевих екологічних об'єктів, використання громадського транспорту та перебування в екологічно чистих готелях і ресторанах. Країни ЄС можуть сприяти розвитку сталінг туризму, впроваджуючи екологічні ініціативи та стандарти в готельній та ресторанній галузях, а також розвиваючи екологічно чистий транспорт та інфраструктуру[4, с.334].

Заходи карантину під час пандемії COVID-19 значно змінили уявлення про туризм, адже багато людей стали шукати альтернативні способи подорожей, які б дозволили відчувати атмосферу місць, не виходячи з дому. Розвиток віртуальних туристичних продуктів, таких як віртуальні тури та мандрівки, став відповіддю на цей попит.

Ці віртуальні тур-продукти дозволяють користувачам відвідати місця віртуально, використовуючи технології доповненої реальності, віртуальної реальності або просто через відео-екрани. Це відкриває можливості для туристів

відвідувати навіть найвідоміші туристичні пункти, які раніше можливо було б побачити лише фізично.

Країни ЄС можуть використовувати цей тренд для розвитку та просування віртуальних туристичних продуктів. Розробка віртуальних турів по місцях культурної спадщини, природних парках, музеях та історичних пам'ятках може привернути нових туристів та розширити туристичну аудиторію. Крім того, це може стати ефективним інструментом маркетингу для привернення уваги до різноманітних туристичних атракцій країн ЄС.

Після пандемії COVID-19 медичний туризм може стати важливим напрямком для країн ЄС, оскільки попит на медичні послуги, які включають в себе лікування та профілактику, може зрости. Європейські країни мають потенціал стати привабливими для іноземних пацієнтів завдяки високому рівню медичних послуг та кваліфікованому персоналу[19, с.21-37].

Для розвитку медичного туризму країни ЄС можуть активно рекламувати свої медичні центри та санаторії на міжнародному ринку, залучати відомих лікарів та фахівців у різних галузях медицини, а також розвивати спеціалізовані програми для іноземних пацієнтів. Крім того, важливо вдосконалювати інфраструктуру медичного туризму, забезпечуючи високий рівень сервісу та комфорту для пацієнтів.

Медичний туризм може стати не лише джерелом додаткових доходів для країн ЄС, але й сприяти підвищенню їхнього міжнародного престижу в сфері медицини. Для цього важливо активно просувати медичні послуги країн ЄС на зовнішніх ринках та забезпечити високий стандарт надання медичних послуг.

Після пандемії COVID-19 культурна спадщина країн ЄС, яка охоплює архітектуру, мистецтво, традиції та фольклор, може відігравати значну роль у відновленні туризму. Багато туристів прагнуть відвідати культурні пам'ятки, музеї, галереї та брати участь у культурних заходах, які відображають унікальність кожної країни та регіону.

Для підтримки та розвитку культурного туризму країни ЄС можуть активно просувати свою культурну спадщину через організацію різноманітних культурних програм, фестивалів, виставок, концертів та інших арт-подій. Такі заходи не лише

привертають увагу туристів, а й сприяють залученню нових аудиторій та створюють сприятливу атмосферу для розвитку мистецьких та культурних індустрій.

Заохочення творчості, підтримка мистецьких та культурних ініціатив, а також створення умов для активної участі туристів у культурному житті країн ЄС можуть сприяти відновленню та зростанню туристичного потенціалу після пандемії.

Після пандемії COVID-19 країни Європейського Союзу шукають нові можливості для відновлення свого туристичного сектору та розвитку нових напрямків туризму. Стратегії відновлення варіюються в залежності від унікальних особливостей кожної країни та її туристичного потенціалу. Ця таблиця пропонує огляд перспектив розвитку нових напрямків туризму в окремих країнах ЄС, а також заходів, що приймаються для стимулювання та підтримки цих напрямків.(таблиця 3.3.)[30, с.196-209]

Таблиця 3.3.

Перспективи розвитку нових напрямків туризму в окремих країнах ЄС[30, с.196-209]

Країна	Перспективи розвитку
Франція	Розвиток екотуризму в національних парках та на природних територіях. Створення нових маршрутів для велосипедного та пішохідного туризму. Просування культурного туризму, включаючи відвідування музеїв, театрів та історичних пам'яток. Розвиток гастрономічного туризму, пропонуючи дегустації вин та місцевих продуктів.
Іспанія	Розвиток екотуризму на Канарських та Балеарських островах. Просування культурного туризму, включаючи відвідування Барселони, Мадрида та Севільї.

	<p>Розвиток пляжного туризму, пропонуючи нові розваги та послуги.</p> <p>Створення нових маршрутів для велосипедного та пішохідного туризму.</p>
Італія	<p>Розвиток екотуризму в Тоскані, Умбрії та Апулії.</p> <p>Просування культурного туризму, включаючи відвідування Риму, Флоренції та Венеції.</p> <p>Розвиток гастрономічного туризму, пропонуючи дегустації вин та місцевих продуктів.</p> <p>Створення нових маршрутів для велосипедного та пішохідного туризму.</p>
Німеччина	<p>Розвиток екотуризму в Шварцвальді та Баварських Альпах.</p> <p>Просування культурного туризму, включаючи відвідування Берліна, Мюнхена та Кельна.</p> <p>Розвиток оздоровчого туризму, пропонуючи спа-процедури та термальні джерела.</p> <p>Створення нових маршрутів для велосипедного та пішохідного туризму.</p>

Перспективи розвитку нових напрямків туризму в країнах Європейського Союзу після COVID-19 є обіцяючими. Зелене та екологічно-свідоме споживання, віртуальний та медичний туризм, культурні програми та інші нові ініціативи можуть стати ключовими факторами відновлення туристичної галузі в регіоні. Впровадження цих стратегій вимагатиме спільних зусиль з боку урядів, бізнесу та громадськості, але вони можуть допомогти забезпечити стійке та стійке відновлення туризму в Європейському Союзі.

Висновок до розділу 3

Пандемія значно вплинула на туристичну галузь, спричинивши масштабні збитки та виклики для бізнесу та економіки країн ЄС.

Країни ЄС виявили велику різноманітність у заходах, які вони вживають для підтримки та відновлення туризму після пандемії COVID-19. Одним із найпоширеніших заходів є надання фінансової допомоги для туристичних підприємств. Це може включати в себе надання субсидій на утримання робочої сили, надання пільгових кредитів або грантів для стимулювання бізнесу в туристичному секторі.

Крім того, країни також активно стимулюють внутрішній туризм, спонукаючи власних громадян подорожувати по власній країні. Це може здійснюватися шляхом рекламних кампаній, знижених тарифів для відпочинку внутрішніх туристів або програми відпусток із спеціальними пропозиціями для місцевих мешканців.

Помітною є також спроба розвитку нових туристичних напрямків та привертання уваги до менш популярних регіонів. Це може включати в себе розвиток екологічного туризму, активного відпочинку або культурних маршрутів у місцях, які раніше не були відомі як туристичні атракції.

Нарешті, багато країн ЄС впроваджують інноваційні підходи до туризму, такі як використання віртуальної реальності для просування туристичних атракцій або розробка спеціальних мобільних додатків для покращення досвіду подорожей. Ці ініціативи спрямовані на створення нових, цікавих можливостей для туристів і підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору країн Європейського Союзу.

Однією з ключових перспектив розвитку є використання потенціалу культурної спадщини, екологічно чистого та медичного туризму, а також віртуальних та інтерактивних технологій. Ці напрямки можуть стати важливими чинниками у відновленні туристичної галузі Європи та сприяти її сталому розвитку в майбутньому.

ВИСНОВКИ

Пандемія COVID-19 мала надзвичайно негативний вплив на туристичну індустрію ЄС. Закриття кордонів, карантинні заходи та обмеження на міжнародні подорожі призвели до значного скорочення туристичних потоків, що в свою чергу спричинило серйозні економічні втрати для туристичних підприємств. За даними Євростату, кількість міжнародних прибуттів у країни ЄС зменшилася на понад 70% у 2020 році порівняно з попереднім роком. Це мало катастрофічні наслідки для країн, які сильно залежать від туризму, таких як Іспанія, Італія, Франція та Греція.

Для підтримки туристичної індустрії під час кризи, спричиненої пандемією COVID-19, уряди країн ЄС та Європейська комісія вжили широкий спектр заходів. Ці заходи включають фінансову допомогу, субсидії, кредити, гранти та інші ініціативи, спрямовані на збереження та відновлення туристичного сектору.

Одним з основних напрямів підтримки стали значні фінансові пакети допомоги, спрямовані на туристичні підприємства. Багато країн ЄС виділили значні кошти для надання прямих субсидій та грантів, щоб компенсувати втрати доходів і забезпечити виживання підприємств під час пандемії. Наприклад, Іспанія запровадила програму допомоги на суму 11 мільярдів євро, яка включає гранти для малого та середнього бізнесу в туристичній галузі.

Крім того, Європейський інвестиційний банк (ЄІБ) та національні банки надавали пільгові кредити та гарантії для туристичних підприємств. Це дозволяло компаніям отримувати доступ до фінансування на вигідних умовах для підтримки своєї діяльності. Також Європейська комісія створила Фонд відновлення та стійкості, з якого країни-члени могли отримувати фінансування для підтримки туристичного сектору. Ці кошти використовувалися для реалізації програм, спрямованих на відновлення та розвиток туризму.

Багато країн ЄС запровадили програми підтримки зайнятості, які передбачали субсидування заробітної плати працівників туристичної галузі. Наприклад, Німеччина впровадила програму "Kurzarbeit", яка дозволяла компаніям скорочувати робочі години працівників, зберігаючи їм дохід завдяки державним субсидіям. Ці

програми мали на меті збереження робочих місць у туристичному секторі, запобігання масовим звільненням та забезпечення працівників фінансовою підтримкою під час кризи.

Особлива увага приділялася підтримці малого та середнього бізнесу (МСБ), який є основою туристичної індустрії в багатьох країнах ЄС. Для цього були створені спеціальні програми, що передбачали надання пільгових кредитів та грантів. Це дозволяло МСБ отримувати необхідні кошти для покриття поточних витрат, збереження робочих місць та продовження своєї діяльності навіть в умовах зменшення туристичних потоків.

Однією з інноваційних ініціатив стало створення так званих "зелених коридорів" для подорожей. Ці коридори дозволяли туристам подорожувати між певними регіонами з низьким рівнем захворюваності на COVID-19 без необхідності дотримання карантинних обмежень. Це сприяло відновленню міжнародного туризму та полегшувало подорожі в умовах пандемії.

Крім того, країни ЄС запускали масштабні маркетингові кампанії, щоб стимулювати внутрішній туризм і привернути іноземних туристів. Наприклад, Франція виділила 4 мільярди євро та запустила кампанію "Et si on s'aimait encore?" («А що, якби ми все ще любили одне одного?»), Іспанія – 3,5 мільярда євро з кампанією "España, un lugar para volver" (Іспанія – місце куди варто повернутися), Італія – 2,5 мільярда євро та кампанію "Italia, ripartiamo!" (Італія, почнемо спочатку), Німеччина – 6 мільярдів євро та кампанію "Deutschland. Land der Ideen." (Німеччина – країна ідей), а Велика Британія виділила 1,5 мільярда фунтів стерлінгів на кампанію "Welcome Back" (Ласкаво просимо назад).

Завдяки цим заходам, туристична індустрія в країнах ЄС поступово відновлюється. Однак, повернення до попереднього рівня ще вимагає часу. Багато туристичних підприємств досі відчувають фінансові труднощі та потребують додаткових ресурсів для повного відновлення діяльності.

На фоні цих викликів, з'явилися нові можливості для розвитку туризму. Країни ЄС активно розвивають екологічно чисті напрямки, віртуальні туристичні продукти,

медичний туризм та культурні програми. Це не лише сприяє збереженню природи, але й привертає нових туристів, розширюючи спектр пропозицій для мандрівників.

Франція зосереджується на розвитку екотуризму в національних парках та природних територіях, що дозволяє туристам насолоджуватися красою природи та збереженими екосистемами. Також активно розвиваються маршрути для велосипедного та пішохідного туризму, що сприяє здоровому способу життя та екологічно чистому відпочинку. Культурний туризм залишається важливою складовою туристичних пропозицій, включаючи відвідування музеїв, театрів та історичних пам'яток. Окремий акцент робиться на гастрономічному туризмі, де туристи можуть насолоджуватися дегустацією вин та місцевих продуктів, що є невід'ємною частиною французької культури.

Іспанія також активно розвиває екотуризм, зокрема на Канарських та Балеарських островах, де унікальна природа і клімат приваблюють екотуристів з усього світу. Культурний туризм з акцентом на відвідування Барселони, Мадрида та Севільї дозволяє зануритися в багатство іспанської культури та історії. Пляжний туризм, пропонуючи нові розваги та послуги, продовжує бути однією з основних складових туристичних напрямків. Крім того, розвиток велосипедного та пішохідного туризму сприяє популяризації активного відпочинку.

Італія робить ставку на екотуризм у таких регіонах, як Тоскана, Умбрія та Апулія, де поєднуються природна краса і культурна спадщина. Культурний туризм з акцентом на відвідування Риму, Флоренції та Венеції дозволяє туристам ознайомитися з багатою історією та мистецтвом. Гастрономічний туризм, що пропонує дегустації вин та місцевих продуктів, також відіграє важливу роль у залученні туристів. Крім того, створення нових маршрутів для велосипедного та пішохідного туризму сприяє активному відпочинку і дослідженню різноманітних італійських ландшафтів.

Німеччина фокусується на розвитку екотуризму в Шварцвальді та Баварських Альпах, де туристи можуть насолоджуватися чистим повітрям і мальовничими краєвидами. Культурний туризм з акцентом на відвідування Берліна, Мюнхена та Кельна дозволяє ознайомитися з багатою історією та культурними пам'ятками.

Оздоровчий туризм, що пропонує спа-процедури та термальні джерела, стає все популярнішим, забезпечуючи туристам можливість відпочинку і оздоровлення. Розвиток нових маршрутів для велосипедного та пішохідного туризму сприяє популяризації активного відпочинку і здорового способу життя.

Таким чином, країни ЄС активно розвивають різні напрямки туризму, враховуючи їхні унікальні природні та культурні особливості. Ці зусилля сприяють збагаченню туристичних пропозицій та залученню нових туристів, що в свою чергу позитивно впливає на економічний розвиток цих країн.

Досвід ЄС у відновленні туризму після пандемії COVID-19 може бути корисним для України. Важливою є роль урядової підтримки та ефективного використання фінансових інструментів для підтримки туристичної галузі. Розвиток нових напрямків туризму, таких як екологічний, віртуальний та медичний туризм, може стати важливим кроком у відновленні та розвитку української туристичної індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Barkas P. International trade in travel and tourism services: economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis. World Trade Organisation Working Paper. 2020. URL: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.htm.

2. Венгерська Н.С., Череп А.В., Воронкова В.Г., Безкоровайна Л.В. Цифрова трансформація електронної освіти в країнах ЄС: поширення європейського досвіду в Україні. Цифрова трансформація електронної освіти в країнах ЄС: поширення європейського досвіду в Україні Європейський вектор модернізації інженерної та економіко-управлінської освіти в умовах сталого розвитку промислового регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 травня 2021 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний навчально-науковий інститут, 2021. С. 220-223

3. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. - Одеса: Астропринт, 2020. 334 с.

4. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку //Development service industry management. – 2023. №. 1. С. 50-55.

5. EU tourism under COVID-19: an overall look. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220707-1?language=uk>

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

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

8. European tourism: trends & prospects. Quarterly report (Q3/2022). European Travel Commission. URL: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2022-trends-prospects-q3-2022/>

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

10. OECD. Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses: Updated 15 July 2022.
URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-smepolicy-responses-04440101/>

11. Providing new OECD evidence on tourism trade in value added. OECD Троян М. Ю. Плив covid-19 на ринковий капітал на прикладі туристичної галузі: досвід ЄС та інших країн світу. URL: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1_2021/13.pdf

12. UNWTO World Tourism Barometer. Statistical Annex. Volume 20. Issue 6. November 2022.
URL: https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2022/11/UNWTO_Barom22_06_Nov_Statistical_Annex_en.pdf Далі будуть українські електронні ресурси та інші іноземні.

13. ЄС вперше оприлюднив мапу-орієнтир для "коронавірусних" обмежень перетину кордонів у Європі. URL: <https://www.euointegration.com.ua/news/2020/10/16/7115427/>

14. Інноваційні види туризму. URL: <http://www.investplan.com.ua/pdf/42022/10.pdf>

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

16. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС 87 та український реалії. URL: <http://eapcsflorg.ua/wp-content/uploads/2020/12/covid-19-ta-sotsialniy-dialog-vturistichniy-galuzi-praktika-yes-ta-ukrayinski-realiyi.pdf>

17. COVID - карта Європи. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/05/2/7316041/>

24. 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-bombeuropes-tourismindustry-says-eesc>

18. Куди подорожували найчастіше українці, звідки прибували іноземці. URL: <https://dpsu.gov.ua/ua/news/2021-y-kudi-podorozhuvali-naychastishe-ukraincizvidki-pribuvali-inozemci/>

19. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Глобальна економіка. 2020. №2. С. 21-37. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(109\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(109)02)

20. Стойка А. В., Ісаєва Ю. В. Вплив пандемії COVID-19 на туризм //Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: Матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених 26 вересня 2023 р.–Укл.: Балабаниць АВ, Омельченко ВЯ, Стойка АВ Рібейро Рамос ОО, Горюнова КА та інш.; За заг. редакцією д. е. н., професора–Балабаниць АВ, Київ: МДУ, 2023.–123 с. – 2023. – С. 87.

21. Пестушко В.Ю. Вплив пандемії коронавірусу (Covid 2019) на розвиток туризму. Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Том IV. – Київ, НАУ, 2020.- С.119-126.

22. Пестушко В.Ю., Чочуа А.Г., Сучасний стан авіаперевезень в умовах пандемії COVID-19 Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Том V. – Київ, НАУ, 2020.- С.905-911.

23. Пестушко В.Ю., Сучасні реалії міжнародного туризму та міжнародного туристичного бізнесу Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskopa, Y.O.Voloshin – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. - 403 p. С.213-229.

24. Пестушко В.Ю. Динаміка авіаперевезень у міжнародному туризмі за умов пандемії COVID-2019 Х. Всесвітній конгрес “Авіація в ХХІ столітті” – “Безпека в авіації та космічні технології” 28-30 вересня 2022 року. м. Київ. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/paper/viewFile/8537/720>

25. Пестушко В.Ю., Борисюк О.А. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-рес-торанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: Збірник матеріалів Всеукр.наук.-прак.інт.-конф., 28-29 жовтня 2022 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2022. 367 с.; с.221-224

26. Пестушко В.Ю. Тенденції розвитку міжнародного туризму Methods of improving the economy, tourism and management: collective monograph / Andrushchak I., Chudovets V., Rechun O. – etc. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2023. 603 p.; с.551-560

27. Пестушко В.Ю. Пасажирські авіаперевезення та міжнародний туризм: регіональний аспект XVI Міжнародна науково-технічна конференція «АВІА-2023 18-20 квітня 2023 року. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2023/paper/view/9283/7501>

28. Пестушко В.Ю., Дудник І., Сайчук В., Міжнародний туризм в контексті сучасних викликів Географія та туризм: науковий журнал / ред. кол.: Запотоцький С.П. (гол. ред.) та ін. Київ, 2023. Вип. 72. С.3-9 І на останок, інші іноземні електронні ресурси:

29. Barkas P. International trade in travel and tourism services: economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis. World Trade Organisation Working Paper. 2020. URL: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.htm.

30. Венгерська Н.С., Череп А.В., Воронкова В.Г., Безкоровайна Л.В. Цифрова трансформація електронної освіти в країнах ЄС: поширення європейського досвіду в Україні. Цифрова трансформація електронної освіти в країнах ЄС: поширення європейського досвіду в Україні Європейський вектор модернізації інженерної та економіко-управлінської освіти в умовах сталого розвитку промислового регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 травня 2021 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний навчально-науковий інститут, 2021. С. 220-223

31. Відповідь на пандемію COVID-19. URL: https://www.icao.int/Documents/covid/icao_take-off_2021_en.pdf

32. Grün B., Lechner M., Steinmayr A. The effects of COVID-19 on scientific publishing: a quasi-natural experiment. National Bureau of Economic Research. 2020. URL: <https://www.nber.org/papers/w28017>
33. Gössling S., Scott D., Hall C.M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism. 2020. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2020.1758708>
34. ICAO. Recovery of the air transport sector. 2021. URL: https://www.icao.int/Documents/covid/icao_take-off_2021_en.pdf
35. ICAO. Take-off: guidance for air travel through the COVID-19 public health crisis. 2021. URL: https://www.icao.int/Documents/covid/icao_take-off_2021_en.pdf
36. ICAO. The world of air transport in 2021: statistical yearbook. 2021. URL: https://www.icao.int/sustainability/Documents/ICAO_Statistical_Yearbook_2021_EN.pdf
37. Koenig G., May B. BIM and GIS integration. Wiley. 2020. URL: <https://www.wiley.com/enus/BIM+and+GIS+Integration-p-9781119613293>
38. Lieser K., Tumasjan A., Maier M. Why don't you go online? Analyzing the determinants of online health information seeking during COVID-19. Journal of Medical Internet Research. 2021. URL: <https://www.jmir.org/2021/1/e22831>
39. Peiris J., Leung G., Hui D. Coronavirus disease 2019 (COVID-19): epidemiology, virology, and clinical features. The Lancet. 2020. URL: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30183-5/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30183-5/fulltext)
40. Sohrabi C., Alsafi Z., O'Neill N. et al. World Health Organization declares global emergency: a review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). International Journal of Surgery. 2020. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1743919120301973>
41. Stieglitz S., Mirbabaie M., Ross B. et al. Social media analytics – challenges in topic discovery, data collection, and data preparation. International Journal of Information Management. 2020. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401219306731>
42. The Guardian. Coronavirus. 2020. URL: <https://www.theguardian.com/world/coronavirus-outbreak>

43. UNWTO. International tourism and COVID-19. 2020. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

44. UNWTO. World tourism barometer. 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.3>

17. World Bank. The economic impact of the COVID-19 pandemic on developing countries. 2020. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/brief/the-economic-impact-of-the-covid-19-pandemic-on-developing-countries>

Таким чином, вибір електронних ресурсів для вашої роботи може бути досить широким і відповідати потребам вашої дослідженської роботи.