

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет агротехнологій та природокористування

Кафедра туризму

До захисту
Допускається
Завідувач кафедри

Олександр КОВАЛЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

На тему: «Дослідження впливу пандемії COVID-19 на розвиток туризму у
світі.»

Виконала:

(підпис)

Горбачова К.С.
(прізвище, ініціали)

Група:

ЗТУР 2001-1

(Науковий) керівник:

(підпис)

Онопрієнко В.П.
(прізвище, ініціали)

Суми – 2025

Завдання
на дипломну роботу студенту

Горбачова Катерина Сергіївна

1. Тема роботи: Дослідження впливу пандемії COVID-19 на розвиток туризму у світі.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедру
27.05.2025року.

3. Вихідні дані до роботи : за результатом пандемія COVID-19 стала одним із наймасштабніших глобальних викликів в ХХІ століття,що вплинула на всі сфери суспільного життя.В процесі написання кваліфікаційної(бакалаврської) роботи використовувались різноманітні джерела інформації,такі як: джерела інформації (інтернет),наукова література.

Перелік завдань,які будуть виконуватися в роботі: вивчення як пандемія COVID-19 вплинула на розвиток туризму у світі, туристичні досвіди.

Студент _____

Керівник роботи _____

Календарний план

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітка
1	Призначення і визначення Covid-19 в світі, формування завдань кваліфікаційної роботи, складання плану роботи	Вересень 2024	
2	Вивчення теми дослідження: вплив пандемії на туризм	Вересень–жовтень 2024	
3	Узагальнення теоретичного матеріалу з обраної теми	Листопад 2024	
4	Оформлення теоретичної частини кваліфікаційної роботи	Грудень 2024 – січень 2025	
5	Завершення практичної частини: вплив глобальних і регіональних проблем	Квітень 2025	
6	Аналіз впливу пандемії Covid-19 на розвиток туристичної галузі	Квітень 2025	
7	Оформлення кваліфікаційної роботи та подання на попередній захист та рецензування	Квітень 2025	
8	Перевірка кваліфікаційної роботи на автентичність (плагіат) кафедрою	26–30 квітня 2025	
9	Подання закінченої роботи та документів до деканату.	15 травня 2025 року	
10	Захист кваліфікаційної роботи.	28 травня 2025 року	

Студент _____

Керівник роботи _____

Анотація: Горбачова К.С

"Дослідження впливу пандемії COVID-19 на розвиток туризму у світі Сумський державний Аграрний університет м.Суми,2025 р. У представленому матеріалі я розповім про пандемію COVID-19 яка стала причиною у нашому 21 столітті. Проаналізовано все детально всі причини чому і кому в пандемії було дуже важко і все було закрито всі заклади.Причини були економічні, соціальні зв'язки,охорону здоров'я та індустрію туризму.

Закриття кордонів і карантинних обмежень, вони створили значні виклики для туристичних компаній,готелів, туристичних агенції та інших учасників індустрії. Висвітлено питання щодо впливу пандемії COVID-19 на розвиток туризму у світі і зокрема їхні причини: закриття кордонів, охорону здоров'я,економіку, соціальні зв'язки.

Підсумку моєму обгрунтована що пандемії COVID-19 стала безпрецедентним викликом для світової туристичної галузі,що економічної втрати туристичного сектору виявилися катастрофісними .Пандемії також значно вплинула на поведінкові моделі туристів.

Abstract: Gorbacheva K.S

"Study of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of tourism in the world Sumy State Agrarian University, Sumy, 2025. In the presented material I will talk about the COVID-19 pandemic, which became the cause in our 21st century. All the reasons why and for whom the pandemic was very difficult and all institutions were closed were analyzed in detail. The reasons were economic, social relations, health care and the tourism industry.

The closure of borders and quarantine restrictions, they created significant challenges for travel companies, hotels, travel agencies and other industry participants. The issue of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of tourism in the world and in particular their reasons: closing borders, health care, economy, social relations.

In conclusion, I substantiate that the COVID-19 pandemic has become an unprecedented challenge for the global tourism industry. The economic losses to the tourism sector have been catastrophic. The pandemic has also significantly affected the behavioral patterns of tourists.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ НА ТУРИЗМ	9
1.1 Поняття, структура та види туризму.....	9
1.2. Економічна та соціокультурна роль туризму у світі	11
1.3. Основні фактори впливу на розвиток туризму: глобальні, регіональні, локальні	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	18
2.1. Динаміка туристичних потоків до та після пандемії COVID-19.....	18
2.2. Обмеження та регуляторні заходи, впроваджені в різних країнах.	21
2.3. Вплив пандемії на інфраструктуру та підприємства туристичної галузі.	24
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ.....	28
3.1. Нові тенденції у розвитку туризму: цифровізація, екотуризм, локальний туризм.	28
3.2. Роль міжнародних організацій у підтримці туристичної галузі	30
3.3. Інноваційні стратегії відновлення туристичної галузі.	33
ВИСНОВКИ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40

ВСТУП

Актуальність дослідження

Пандемія COVID-19 стала одним із наймасштабніших глобальних викликів XXI століття, що вплинула на всі сфери суспільного життя, включаючи економіку, соціальні зв'язки, охорону здоров'я та індустрію туризму. Туристична галузь, яка залежить від мобільності людей, стала однією з найбільш постраждалих сфер економіки. Закриття кордонів, введення карантинних обмежень, масове скасування міжнародних рейсів, падіння попиту на туристичні послуги та зміна споживацьких уподобань створили значні виклики для туристичних компаній, готелів, авіакомпаній, туристичних агенцій та інших учасників індустрії.

Таким чином, дослідження впливу пандемії COVID-19 на розвиток туризму є не лише науково обґрунтованим, але й практично значущим, оскільки його результати можуть стати основою для відновлення і розвитку туристичної галузі.

Предметом дослідження є вплив пандемії COVID-19 на розвиток туристичної галузі у світі, включаючи зміну туристичних потоків, споживацьких уподобань, функціонування інфраструктури, фінансовий стан підприємств індустрії, а також стратегій адаптації та відновлення галузі.

Метою дослідження є аналіз впливу пандемії COVID-19 на розвиток туризму у світі, визначення основних проблем, з якими стикнулася галузь, а також формулювання рекомендацій для її відновлення та подальшого сталого розвитку.

Проаналізувати теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі та її значення для глобальної економіки.

Вивчити основні фактори, що вплинули на розвиток туризму під час пандемії COVID-19.

Дослідити динаміку змін у міжнародних туристичних потоках у 2019–2023 роках.

Оцінити економічні наслідки пандемії для туристичної галузі на глобальному, регіональному та локальному рівнях.

Виявити основні тенденції та інновації, які виникли у туристичній галузі під впливом пандемії.

Розробити рекомендації для відновлення та сталого розвитку туризму у постпандемічний період.

Об'єктом дослідження є світова туристична галузь як складна економічна та соціальна система, що зазнала значних змін під впливом пандемії COVID-19.

Предметом дослідження є взаємозв'язок між пандемією COVID-19 та змінами у функціонуванні туристичної галузі, включаючи економічні, соціальні та організаційні аспекти.

Наукова новизна полягає в комплексному аналізі впливу пандемії COVID-19 на різні аспекти функціонування туристичної галузі, включаючи міжнародні, регіональні та локальні рівні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ НА ТУРИЗМ

1.1 Поняття, структура та види туризму.

Туризм є однією з ключових галузей сучасної економіки, що має значний вплив на економічний, соціальний та культурний розвиток суспільства. Його значення визначається здатністю сприяти створенню робочих місць, залученню інвестицій, розвитку інфраструктури, стимулюванню міжнародного співробітництва та збагаченню культурного обміну. Для розуміння впливу пандемії COVID-19 на туристичну галузь необхідно спочатку дослідити її основні поняття, структуру та види.

Туризм, згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), є діяльністю осіб, які подорожують і перебувають поза межами свого звичайного середовища на період до одного року з метою відпочинку, бізнесу чи інших цілей. Це багатогранне поняття, яке включає в себе різні форми пересування, мотивації подорожей, а також економічні, соціальні та екологічні аспекти. Туризм охоплює як внутрішні подорожі (в межах однієї країни), так і міжнародні, що створює потужний вплив на глобальну економіку.

Структура туризму визначається його функціями та складовими елементами, що включають суб'єкти (туристи), об'єкти (місця призначення), інфраструктуру (готелі, транспорт, ресторани) та організаційні механізми (туроператори, туристичні агенції). Взаємодія цих елементів створює цілісну систему, яка залежить від зовнішніх факторів, таких як економічні кризи, природні катастрофи, політичні конфлікти та пандемії.

За класифікацією UNWTO, туризм поділяється на кілька основних видів:

Рекреаційний туризм – поїздки з метою відпочинку, релаксації та оздоровлення. Цей вид туризму є найбільш поширеним і приносить значні доходи країнам, які пропонують туристам пляжі, курорти, природні пам'ятки.

Культурний туризм – подорожі, спрямовані на ознайомлення з культурною спадщиною, традиціями, мистецтвом, архітектурою. Цей вид туризму сприяє збереженню культурних цінностей і стимулює розвиток місцевих громад.

Діловий туризм (MICE) – подорожі з метою участі у конференціях, виставках, переговорах. Він є важливою складовою для бізнесу і сприяє залученню інвестицій.

Екотуризм – поїздки, спрямовані на взаємодію з природою, які передбачають мінімальний негативний вплив на екосистеми. Цей вид туризму стає дедалі популярнішим у контексті зростання екологічної свідомості.

Спортивний туризм – подорожі для участі або спостереження за спортивними заходами.

Медичний туризм – подорожі з метою отримання медичних послуг або оздоровлення.

Зазначені види туризму часто взаємодіють і утворюють нові форми, такі як агротуризм, гастрономічний туризм або туризм розкоші. Ці підвиди виникають у відповідь на зміну потреб споживачів і є результатом інноваційного підходу до організації подорожей.[2]

Пандемія COVID-19 вплинула на всі види туризму, але ступінь впливу залежав від їхньої специфіки. Наприклад, міжнародний туризм зазнав найбільшого скорочення через закриття кордонів і обмеження пересування, тоді як локальний туризм навіть отримав певний розвиток у деяких країнах завдяки переорієнтації туристів на внутрішні подорожі.

У структурному аспекті туризм охоплює три основні підсистеми: транспорт, розміщення та організацію подорожей. Транспортна складова включає авіаційний, залізничний, автомобільний та морський транспорт, які забезпечують мобільність туристів. Сфера розміщення охоплює готелі, хостели, апартаменти, які пропонують туристам різні варіанти проживання залежно від бюджету та вподобань. Організація подорожей забезпечується

туристичними агенціями, туроператорами, онлайн-платформами, які формують турпакети, бронюють квитки, пропонують екскурсії.

Однією з основних характеристик сучасного туризму є його глобалізованість, що виявляється у спрощенні доступу до міжнародних подорожей завдяки зниженню вартості транспорту, розвитку цифрових технологій та маркетингових стратегій. Ця глобалізація зробила галузь дуже вразливою до зовнішніх потрясінь, таких як пандемія COVID-19.

У період пандемії структура туристичної галузі зазнала значних змін. Авіаційна галузь, яка є ключовим елементом міжнародного туризму, скоротила кількість рейсів на 60-80% у період найжорсткіших обмежень. Готельна індустрія стикнулася з падінням заповнюваності, що призвело до закриття багатьох об'єктів. Туроператори та туристичні агенції зіткнулися зі зниженням попиту, поверненням коштів клієнтам і необхідністю переорієнтації бізнесу на нові формати.[4]

Водночас пандемія стимулювала розвиток деяких нових тенденцій у туризмі. Наприклад, зросла популярність екотуризму, оскільки туристи прагнуть уникати багатолюдних місць і обирають подорожі до природних локацій. Цифровізація галузі стала ще більш важливою, оскільки онлайн-бронювання, віртуальні тури та мобільні додатки значно спростили процес організації подорожей.

1.2. Економічна та соціокультурна роль туризму у світі

Туризм є однією з найважливіших галузей сучасної економіки та суспільного життя, яка інтегрує економічні, соціальні, культурні й екологічні аспекти розвитку суспільства. Його значення виходить далеко за межі простого задоволення людської потреби у відпочинку та нових враженнях, охоплюючи численні сфери впливу на глобальному, національному та місцевому рівнях. Економічна і соціокультурна роль туризму відображає його багатогранний характер, який здатен забезпечувати не лише зростання

доходів, а й стимулювати культурний обмін, покращувати якість життя та сприяти сталому розвитку.

Туризм є потужним драйвером економіки, який забезпечує значний внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) багатьох країн. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), до пандемії COVID-19 туризм генерував близько 10% світового ВВП, сприяючи зайнятості мільйонів людей. У країнах, які спеціалізуються на туризмі, таких як Іспанія, Греція, Індонезія чи Мальдіви, цей показник може сягати 20-30%. Туризм створює прямі, непрямі та індуковані економічні ефекти, які включають доходи від туристичних послуг, стимулювання суміжних галузей, таких як транспорт, будівництво, торгівля, а також витрати доходів працівниками цієї галузі.

Одним із ключових аспектів економічної ролі туризму є створення робочих місць. Ця галузь забезпечує зайнятість у багатьох секторах, включаючи готельно-ресторанний бізнес, транспорт, організацію подорожей, розважальні послуги. Зайнятість у туризмі має особливу соціальну значущість, оскільки створює робочі місця для широкого спектра кваліфікацій – від некваліфікованої праці до висококваліфікованих менеджерів. Крім того, туризм сприяє зменшенню нерівності у доходах, особливо у країнах, що розвиваються, де він є важливим джерелом доходів для місцевого населення.

Туризм також виступає інструментом розвитку інфраструктури. Розвиток туристичної галузі стимулює інвестиції у транспортну мережу, об'єкти розміщення, комунікації, медичні та освітні установи. Ці інвестиції не лише сприяють покращенню якості туристичних послуг, а й створюють позитивний ефект для місцевого населення, підвищуючи рівень їхнього життя. Крім того, туристична діяльність є джерелом валютних надходжень, що допомагає країнам збалансувати свої платіжні баланси та зміцнити національні валюти.[1]

У соціокультурному аспекті туризм відіграє не менш важливу роль. Він є потужним засобом міжкультурного обміну, сприяючи взаєморозумінню між народами, збагаченню культурних традицій та збереженню нематеріальної

культурної спадщини. Туризм сприяє підвищенню обізнаності щодо культурного розмаїття світу, формує толерантне ставлення до інших народів і традицій. Крім того, туристична діяльність часто спрямована на збереження культурних і природних пам'яток, які є привабливими для туристів, що стимулює уряди та приватні організації до їхньої охорони та відновлення.

Ще одним важливим соціокультурним аспектом є вплив туризму на розвиток місцевих громад. Туристи, відвідуючи певні регіони, стимулюють місцевий бізнес, створюючи попит на ремісничі вироби, гастрономічні продукти, послуги гідів. Це сприяє збереженню традиційного способу життя, відродженню народних ремесел та культури. Туризм також є платформою для взаємодії між місцевим населенням і туристами, що створює можливості для культурного діалогу та обміну досвідом.

Однак, поряд із позитивними ефектами, туризм може мати й негативні наслідки. В економічному аспекті надмірна залежність від туризму може зробити економіку вразливою до зовнішніх шоків, таких як пандемія COVID-19. У соціокультурному аспекті масовий туризм може призводити до деградації культурних пам'яток, втрати автентичності місцевих традицій, соціального розшарування. Також варто враховувати екологічний вплив туризму, який включає забруднення довкілля, деградацію природних екосистем, збільшення вуглецевого сліду через інтенсивне використання транспорту.

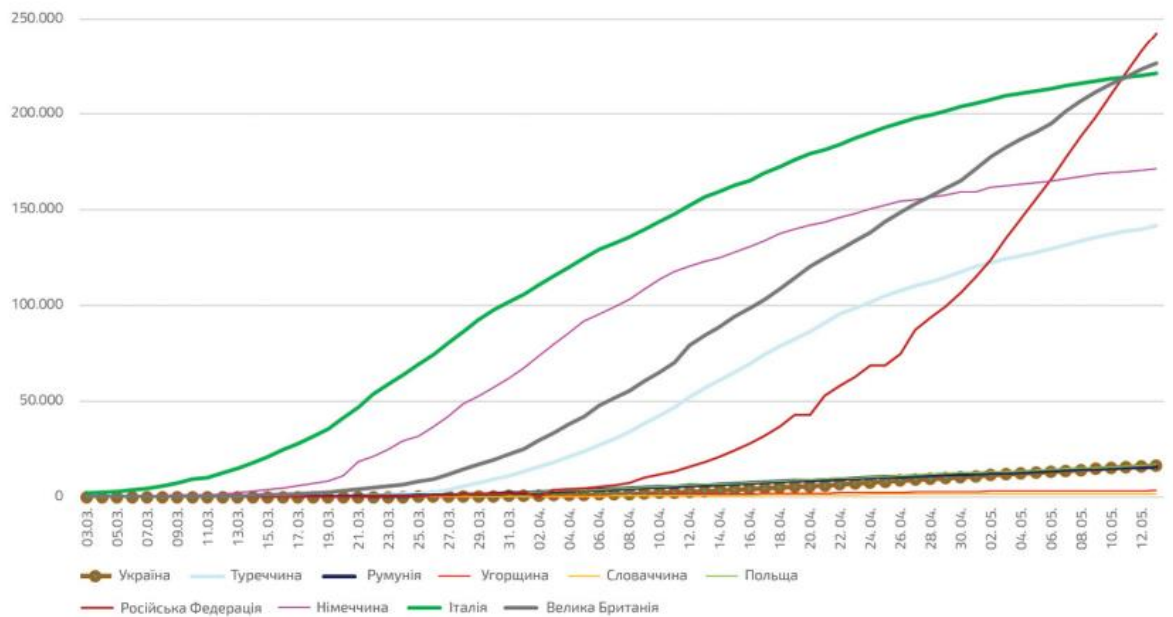


Рис 1 Поширення COVID-19 в Україні та у вибраних країнах

В умовах глобалізації туризм стає ключовим фактором сталого розвитку, сприяючи досягненню багатьох Цілей сталого розвитку ООН. Зокрема, туризм підтримує подолання бідності (ЦСР 1), забезпечує гідну роботу та економічне зростання (ЦСР 8), сприяє збереженню океанів, морів і ресурсів (ЦСР 14), а також культурної та природної спадщини (ЦСР 11). У цьому контексті розвиток сталого туризму передбачає мінімізацію негативних впливів на довкілля, забезпечення соціальної справедливості та економічної вигоди для місцевого населення.[6]

Пандемія COVID-19 продемонструвала вразливість туристичної галузі до глобальних криз і поставила нові виклики перед її учасниками. Скорочення туристичних потоків, закриття кордонів, зупинка міжнародного авіасполучення спричинили значні економічні втрати, особливо для країн, економіка яких залежить від туризму. Водночас пандемія відкрила нові можливості для переосмислення ролі туризму у світі. Зросла увага до локального туризму, який сприяє розвитку місцевих громад, підвищився попит на екологічно чисті й безпечні форми подорожей.

1.3. Основні фактори впливу на розвиток туризму: глобальні, регіональні, локальні

Розвиток туризму як багатогранного явища залежить від безлічі чинників, що діють на різних рівнях: глобальному, регіональному та локальному. Ці фактори формують умови для розвитку туристичних потоків, створення туристичних продуктів і вдосконалення інфраструктури, а також визначають загальний рівень привабливості туристичних дестинацій. Кожен рівень впливу має свої специфічні особливості та ролі, і розуміння цих факторів є важливим для аналізу тенденцій у туризмі та стратегічного планування його розвитку.

На глобальному рівні розвиток туризму підпорядковується загальносвітовим тенденціям і явищам, які формують макроекономічну, соціокультурну й політичну ситуацію. Одним із ключових глобальних факторів є економічна ситуація у світі. Періоди економічного зростання сприяють зростанню доходів населення, що стимулює збільшення туристичних потоків. Водночас економічні кризи, інфляція, нестабільність валют та інші негативні явища зменшують доступність туризму для багатьох людей. Пандемія COVID-19 продемонструвала, наскільки сильно економічні обмеження та кризи можуть впливати на туристичний сектор, обмежуючи подорожі та знижуючи попит.

Суттєвий вплив мають також технологічні інновації, які змінили спосіб планування, організації та здійснення подорожей. Інтернет і мобільні додатки зробили процес бронювання послуг, планування маршрутів і спілкування під час подорожей швидким і зручним. Розвиток технологій транспортної галузі, зокрема впровадження швидкісних потягів і доступних авіаперевезень, сприяє скороченню часу на подорожі та зниженню витрат, що розширює географію туризму.

Кліматичні зміни та екологічні виклики є ще одним глобальним фактором, який впливає на туризм. Зміни температур, танення льодовиків, часті стихійні лиха змінюють привабливість деяких регіонів для туристів і

викликають зростання популярності екотуризму. Суспільство почало більше уваги приділяти сталому розвитку туризму, орієнтуючись на збереження природних ресурсів і мінімізацію впливу на довкілля.

Соціальні та культурні фактори також відіграють важливу роль. Демографічні зміни, наприклад, старіння населення у розвинених країнах, стимулюють розвиток нових видів туризму, таких як медичний або рекреаційний. Зростаючий інтерес до культурного обміну сприяє розвитку етнотуризму та освітніх подорожей. Крім того, глобалізація сприяє популяризації різноманітних культурних традицій і підвищує інтерес до дослідження нових DESTINATION. [5]

На регіональному рівні чинники впливу формуються під впливом економічних, політичних і культурних умов у межах певних країн чи груп країн. Політична стабільність є важливим фактором, який визначає безпечність туристичної DESTINATION. Регіони, що перебувають у стані конфліктів або політичної нестабільності, зазвичай втрачають привабливість для туристів. З іншого боку, укладання міжнародних угод про візову лібералізацію та розвиток міжрегіонального співробітництва стимулюють зростання туристичних потоків.

Економічні чинники на регіональному рівні включають рівень розвитку інфраструктури, наявність сучасного транспорту, доступність готелів і сервісів. Інвестиції у туристичну галузь, особливо в країнах, що розвиваються, можуть суттєво підвищити привабливість регіону для міжнародного туризму. Наприклад, будівництво сучасних аеропортів і курортів на Близькому Сході перетворило цей регіон на один із найпопулярніших туристичних напрямків.

Культурні та природні ресурси також формують унікальність регіону як туристичної DESTINATION. Наявність історичних пам'яток, національних парків, фестивалів чи гастрономічних традицій створює додаткову мотивацію для відвідування. Крім того, регіони, які активно популяризують свою культуру, часто стають центрами культурного туризму.

Локальні фактори впливу зосереджені на особливостях конкретних туристичних дестинацій. Одним із головних локальних чинників є якість туристичного сервісу, який включає професіоналізм персоналу, рівень комфорту проживання, транспортну доступність і гастрономічну культуру. Місцева інфраструктура, зокрема дороги, громадський транспорт, а також інтернет-зв'язок, також впливає на вибір туристами конкретного місця.

Місцеві традиції, звичаї та культура формують унікальну атмосферу туристичного об'єкта. Наприклад, національні фестивалі чи ремісничі ярмарки можуть стати головним мотивом для відвідування певного місця. Локальні природні особливості, такі як пляжі, гори, озера чи унікальна флора й фауна, також виступають потужним чинником привабливості.

Соціальний аспект локального впливу включає ставлення місцевого населення до туристів. Привітність, відкритість і готовність до взаємодії з відвідувачами сприяють формуванню позитивного іміджу дестинації. Навпаки, конфлікти чи негативні настрої місцевих жителів можуть відлякувати потенційних туристів.[9]

Екологічні аспекти на локальному рівні також відіграють важливу роль. Збереження природних об'єктів, чистота пляжів, якість води та повітря впливають на загальне враження від місця. Туристи все частіше звертають увагу на екологічну відповідальність дестинацій, віддаючи перевагу тим, які забезпечують сталий розвиток.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Динаміка туристичних потоків до та після пандемії COVID-19.

Пандемія COVID-19 стала одним із наймасштабніших викликів для туристичної галузі у сучасній історії. Обмеження мобільності, закриття кордонів, вимоги карантину та страх перед зараженням призвели до драматичних змін у динаміці туристичних потоків, суттєвого зниження доходів галузі та трансформації поведінки споживачів туристичних послуг. Динаміка туристичних потоків до пандемії характеризувалася стабільним зростанням, що базувалося на розширенні можливостей міжнародного сполучення, зниженні бар'єрів для подорожей, зростанні доходів населення у багатьох країнах і популяризації туризму як форми відпочинку та пізнання світу.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2019 році кількість міжнародних туристів досягла рекордного рівня – понад 1,5 мільярда осіб, що на 4% більше, ніж у попередньому році. Основними регіонами, які приймали туристів, були Європа, Азія та Тихоокеанський регіон, тоді як Латинська Америка та Африка демонстрували більш помірні темпи зростання. Основними драйверами цього розвитку стали збільшення кількості доступних авіап перевезень, спрощення візових процедур у багатьох країнах, а також розвиток цифрових платформ для бронювання подорожей і створення унікального туристичного досвіду.[12]

Однак початок пандемії у 2020 році різко змінив цей сценарій. Перші випадки зараження коронавірусом, зареєстровані в Китаї наприкінці 2019 року, швидко призвели до глобального поширення інфекції. На початку 2020 року багато країн почали вводити обмежувальні заходи, спрямовані на

стримування поширення вірусу. Закриття кордонів, припинення авіасполучення, запровадження карантинних зон і загальна ізоляція стали основними заходами боротьби з пандемією.

Ці заходи виявилися руйнівними для туристичної галузі. За оцінками UNWTO, кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2020 році скоротилася на 74% порівняно з попереднім роком, повернувшись до рівня 30-річної давнини. Це спричинило падіння доходів від міжнародного туризму на понад 1,3 трильйона доларів США, що в 11 разів перевищує втрати, зафіксовані під час світової фінансової кризи 2009 року.

Розглядаючи динаміку туристичних потоків у період пандемії, можна виділити кілька ключових тенденцій. По-перше, найбільше постраждали міжнародні туристичні подорожі, оскільки більшість країн запровадили жорсткі обмеження на перетин кордонів. Згідно з даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), обсяги авіап перевезень скоротилися на 60% у 2020 році. Крім того, зміни в обмеженнях часто були непередбачуваними, що робило планування міжнародних подорожей майже неможливим.

По-друге, значно зросла популярність внутрішнього туризму. У багатьох країнах громадяни почали шукати можливості для відпочинку у межах своїх національних кордонів. Наприклад, у США та Китаї спостерігався сплеск попиту на подорожі до національних парків і природних заповідників. Це стало наслідком прагнення уникнути великих скупчень людей і зосередження на екологічно чистих формах відпочинку.

По-третє, пандемія сприяла зміщенню пріоритетів туристів на безпеку та гігієну. Вимоги до тестування, сертифікації вакцин, носіння масок і дотримання соціальної дистанції стали ключовими аспектами організації подорожей. Готелі, авіакомпанії та інші туристичні оператори змушені були адаптувати свої послуги до нових стандартів, щоб гарантувати безпечність відпочинку.[11]

По-четверте, пандемія спричинила зростання попиту на цифрові технології в туризмі. Онлайн-бронювання, віртуальні тури, цифрові карти та мобільні додатки для перевірки стану здоров'я стали необхідними для подорожей у нових умовах. Крім того, розвинулися послуги, пов'язані з роботою на віддаленні, такі як "цифровий кочівництво", коли люди поєднують роботу й подорожі, обираючи довготривале проживання у віддалених регіонах.

Таблиця 1. Динаміка туристичних потоків

Країна/Регіон	2019 (до пандемії)	2020 (перший рік пандемії)	2021 (початок відновлення)	Зміна 2019–2020, %	Зміна 2020–2021, %
Франція	90.0	40.0	45.0	-55.6%	+12.5%
Іспанія	83.7	19.0	31.0	-77.3%	+63.2%
США	79.4	19.4	22.0	-75.6%	+13.4%
Китай	65.7	25.0	30.0	-61.9%	+20.0%
Італія	64.5	17.0	26.0	-73.6%	+52.9%
Туреччина	51.2	12.7	24.7	-75.2%	+94.5%
Мексика	45.0	24.3	31.9	-46.0%	+31.4%
Німеччина	39.6	12.4	16.5	-68.7%	+33.1%
Велика Британія	36.0	11.1	13.1	-69.2%	+18.0%
Таїланд	39.8	6.7	8.6	-83.2%	+28.4%

Динаміка туристичних потоків у 2021–2022 роках демонструє поступове відновлення галузі, хоча повне повернення до рівнів 2019 року ще не відбулося. Відновлення було нерівномірним, залежним від таких факторів, як темпи вакцинації, зняття обмежень і наявність стабільної туристичної

інфраструктури. Європа та Північна Америка відновлювали туристичну активність швидше, тоді як Азія, особливо країни з жорсткими обмеженнями, такими як Китай, залишалася на нижчих показниках.

2.2. Обмеження та регуляторні заходи, впроваджені в різних країнах.

Пандемія COVID-19 стала безпрецедентним викликом для глобальної туристичної галузі, змусивши уряди багатьох країн впроваджувати суворі обмеження та регуляторні заходи для збереження життя і здоров'я населення. Ці заходи охоплювали широкий спектр дій, від повного закриття кордонів до запровадження санітарних протоколів і цифрових інструментів контролю за пересуванням громадян. У цьому розділі розглядається, які саме обмеження та регуляторні ініціативи впливали на туристичний сектор у різних країнах світу, а також аналізуються наслідки цих заходів для розвитку галузі.

На початку пандемії, у 2020 році, більшість країн швидко перейшли до впровадження заходів з обмеження міжнародних та внутрішніх подорожей. Повне закриття кордонів стало найпоширенішою практикою. Наприклад, Австралія, Нова Зеландія та Ізраїль практично повністю заборонили в'їзд іноземців, дозволяючи лише громадянам і резидентам повертатися додому за умов обов'язкової ізоляції. Такі заходи виявилися ефективними для стримування вірусу, проте завдали серйозного удару по туристичній індустрії, яка у цих країнах значною мірою залежить від міжнародних гостей.[10]



Рис 2 Стан бронювання готелів в період початку Covid-19

У країнах Європейського Союзу впроваджувалися менш радикальні, проте не менш впливові заходи. ЄС розробив "зелений список" країн, громадяни яких могли в'їжджати на територію союзу без значних обмежень. Однак навіть у межах Шенгенської зони, де зазвичай діє вільний рух, були запроваджені контрольні пункти на кордонах, обов'язкове тестування, а також вимоги до карантину. Ці обмеження серйозно вплинули на внутрішньоєвропейський туризм, зокрема на популярні напрямки, як-от Франція, Італія та Іспанія.

Азійські країни, зокрема Китай, Південна Корея та Японія, ввели суворий контроль за в'їздом до країни, включаючи обов'язкові тести на COVID-19 перед і після подорожі, карантинні заходи тривалістю до 14 днів та обмеження на видачу туристичних віз. Китай особливо виділяється своєю стратегією "нульового COVID", яка передбачала миттєве закриття міст і регіонів у разі спалаху інфекції. Це призвело до майже повного припинення в'їзного туризму до Китаю на кілька років.

У США та Канаді основним підходом до регулювання подорожей стали зональні обмеження, які варіювалися залежно від епідеміологічної ситуації в кожному штаті чи провінції. США ввели заборону на подорожі з певних країн,

зокрема ЄС, Китаю та Бразилії, а також запровадили обов'язкові тести та карантинні вимоги для мандрівників. Канадські туристичні регуляції також включали суворі заходи, зокрема обмеження на внутрішні авіаперельоти та закриття національних парків і туристичних об'єктів.

Окрім закриття кордонів, ключовими регуляторними заходами стали санітарні протоколи, які вплинули на всі аспекти туристичної діяльності. Авіакомпанії були змушені зменшити кількість рейсів, впровадити обов'язкове носіння масок на борту, перевірку температури перед посадкою та дезінфекцію салонів. Готелі почали запроваджувати безконтактний check-in, регулярну дезінфекцію номерів та зони соціального дистанціювання. Екскурсійні групи зменшили кількість учасників, а популярні туристичні об'єкти працювали з обмеженою кількістю відвідувачів.

Цікавою інновацією стало впровадження цифрових технологій для контролю за пересуванням туристів. Наприклад, ЄС створив систему COVID-сертифікатів, які підтверджували вакцинацію, негативний тест або одужання від вірусу. Подібні сертифікати використовувалися в багатьох країнах світу, включаючи Ізраїль, Саудівську Аравію та Сінгапур. Ці заходи полегшили відновлення міжнародних подорожей, але також викликали дебати щодо конфіденційності даних та рівності доступу до вакцин.

Деякі країни вдалися до заходів із стимулювання внутрішнього туризму, що частково компенсувало втрати від міжнародного туризму. Уряд Японії запустив програму "Go To Travel", яка надавала громадянам знижки на подорожі всередині країни. Аналогічні ініціативи були запроваджені в Італії, Франції та Австралії, де уряди субсидували внутрішні подорожі для підтримки туристичних операторів. Однак ці заходи виявилися недостатніми для повного відновлення галузі через обмежений платоспроможний попит населення.[8]

Слід також зазначити регуляторні заходи, спрямовані на підтримку туристичного бізнесу. У багатьох країнах уряди запроваджували податкові пільги, гранти та позики для туристичних компаній, які постраждали від пандемії. Наприклад, у Великій Британії діяли програми для готелів та

ресторанів, які забезпечували збереження робочих місць. У США Конгрес ухвалив масштабний пакет стимулювання економіки, який включав підтримку туристичного сектору.

Однак не всі заходи були ефективними. Надмірно суворі або недосконалі регуляції в деяких країнах призвели до хаосу на туристичних ринках. Наприклад, раптові зміни правил щодо тестування та карантину створювали невизначеність для туристів і компаній. Це викликало зниження довіри до галузі та відкладення планів подорожей.

2.3. Вплив пандемії на інфраструктуру та підприємства туристичної галузі.

Пандемія COVID-19 завдала серйозного удару по туристичній інфраструктурі та підприємствах, змусивши їх адаптуватися до безпрецедентних викликів або зупинити свою діяльність. Цей вплив виявився всеосяжним, торкнувшись як глобальних операторів, так і місцевих бізнесів, від готелів і авіакомпаній до ресторанів, екскурсійних бюро та сувенірних магазинів. Зміни, спричинені пандемією, вплинули на структуру витрат, рівень доходів, організацію процесів і навіть стратегії довгострокового розвитку підприємств туристичної галузі.

Однією з найбільш помітних сфер впливу стало різке скорочення обсягу авіап перевезень. Авіакомпанії зіткнулися з масовими скасуваннями рейсів через закриття кордонів, обмеження на міжнародні подорожі та падіння попиту на авіаперельоти. Найбільші світові авіаперевізники, включаючи Lufthansa, American Airlines та Air France-KLM, зазнали значних збитків і були змушені звертатися за фінансовою допомогою до урядів своїх країн. У відповідь на кризу авіакомпанії скоротили свій флот, звільнили тисячі працівників та впровадили додаткові заходи економії, такі як оптимізація маршрутів і перегляд витрат на обслуговування літаків.

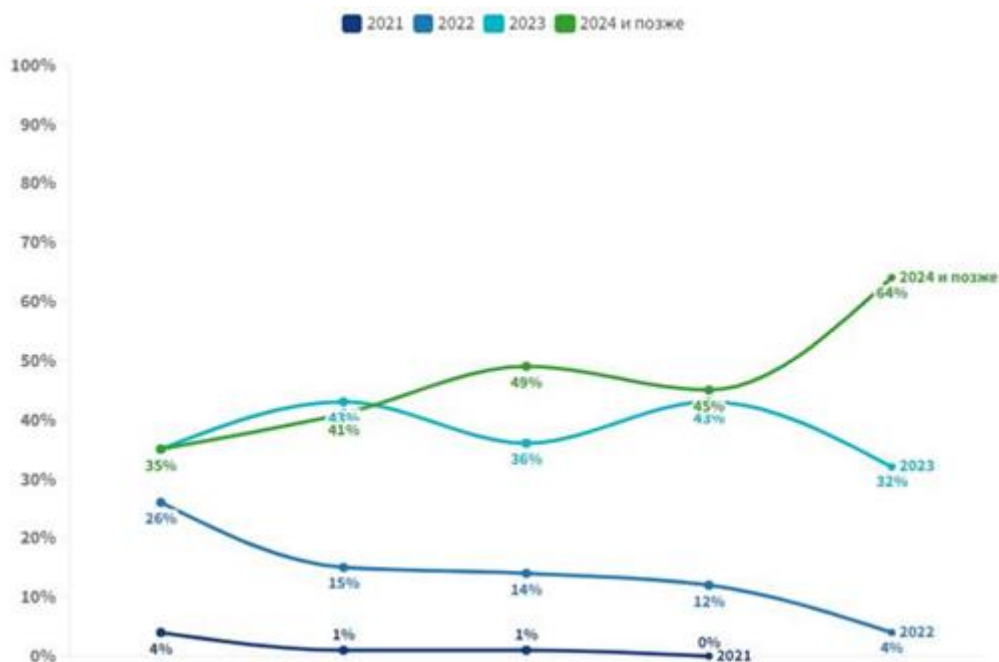


Рис 3. Вплив ковід на туризм

Готельна індустрія стала ще однією жертвою пандемії. Закриття кордонів і зниження кількості туристів призвели до падіння заповнюваності номерів у готелях, особливо у великих туристичних центрах, таких як Париж, Нью-Йорк та Токіо. Готелі, орієнтовані на бізнес-туризм, відчули ще більший тиск через скасування конференцій, виставок та інших заходів. Багато малих готелів і пансіонатів були змушені припинити діяльність через фінансові труднощі. Навіть великі міжнародні мережі, такі як Hilton і Marriott, зазнали значних втрат і були змушені переглянути свої бізнес-моделі, зосередившись на внутрішньому туризмі та довгостроковій оренді номерів.

Ресторани, кафе та інші заклади харчування, які є невід'ємною частиною туристичної інфраструктури, також відчули серйозний вплив пандемії. Масові закриття закладів унаслідок карантинних обмежень спричинили хвилю банкрутств, особливо серед малих і середніх підприємств. Для багатьох закладів харчування єдиним виходом стало впровадження послуг доставки їжі та take-away. Великі мережі, такі як McDonald's і Starbucks, адаптували свої стратегії, роблячи акцент на безконтактних способах обслуговування клієнтів. Проте навіть ці заходи не змогли повністю компенсувати втрати, викликані закриттям туристичних потоків.[7]

Туристичні агентства та екскурсійні компанії стали одними з найбільш постраждалих сегментів. Скасування бронювань, повернення коштів клієнтам та відсутність нових замовлень призвели до фінансових труднощів, через які багато агентств закрилися. Ті, хто вижив, змушені були адаптуватися, пропонуючи внутрішні тури, віртуальні екскурсії або нові послуги, такі як організація подорожей з дотриманням усіх санітарних норм. Попит на інноваційні підходи до туризму зріс, і це стало поштовхом для розвитку цифрових рішень, таких як онлайн-платформи для бронювання турів і віртуальні подорожі.

Круїзна індустрія, яка раніше була одним із найдинамічніших сегментів туризму, також зазнала катастрофічних наслідків. Спалахи COVID-19 на борту круїзних суден і негативний інформаційний фон призвели до падіння попиту на круїзи. Багато круїзних компаній скасували рейси на невизначений термін, а їхні судна залишилися на якорі в портах. Такі компанії, як Carnival Cruise Line і Royal Caribbean, зазнали мільярдних збитків і були змушені скоротити персонал та зменшити витрати на технічне обслуговування. Відновлення цієї галузі очікується ще тривалий час після пандемії, оскільки довіра споживачів до круїзів значно знизилася.

Інфраструктура туристичних об'єктів, включаючи музеї, театри, парки розваг і пам'ятки, також зазнала негативного впливу. Культурні установи були змушені припинити приймати відвідувачів, що призвело до втрати доходів від квитків. Деякі музеї та галереї, такі як Лувр у Парижі та Метрополітен-музей у Нью-Йорку, перейшли на цифрові формати, пропонуючи онлайн-тури та віртуальні виставки. Однак цей формат не міг повністю компенсувати втрати, спричинені відсутністю туристів. Великі парки розваг, такі як Disney World, зазнали значних збитків через тривалі періоди закриття та обмеження на кількість відвідувачів після відкриття.

Слід зазначити також вплив пандемії на транспортну інфраструктуру, яка забезпечує доступність туристичних об'єктів. Залізничні, автобусні перевезення та послуги таксі зіткнулися зі значним зниженням

пасажиропотоку. Державні компанії, такі як Deutsche Bahn у Німеччині, зазнали втрат, але змогли продовжувати роботу завдяки державній підтримці. Приватні оператори, особливо в сегменті міжміських автобусних перевезень, зіткнулися з банкрутствами через відсутність пасажирів.

Важливо підкреслити, що пандемія стимулювала перегляд стратегій розвитку туристичної інфраструктури. Багато підприємств почали впроваджувати нові стандарти безпеки, такі як посилена дезінфекція, використання безконтактних технологій та забезпечення соціального дистанціювання. Інновації в галузі включають розвиток "розумних" технологій для управління потоками туристів, автоматизацію процесів обслуговування та адаптацію пропозицій до нових умов.[6]

Попри значні труднощі, пандемія також відкрила нові можливості для розвитку. Акцент на стійкості та екологічності став важливим напрямом трансформації галузі. Багато підприємств почали інвестувати у зелені технології, відновлювану енергію та зниження вуглецевого сліду. Крім того, розвиток внутрішнього туризму став ключовою стратегією виживання для багатьох країн і підприємств, що сприяло зростанню популярності регіональних напрямків і менш відомих туристичних об'єктів.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ

3.1. Нові тенденції у розвитку туризму: цифровізація, екотуризм, локальний туризм.

Пандемія COVID-19 стала каталізатором значних змін у туристичній галузі, відкривши нові можливості для її відновлення та розвитку. Сучасні тенденції у туризмі демонструють адаптацію до нових умов та пошук інноваційних рішень, які забезпечують безпеку, зручність та сталість. Три ключові напрями, які визначають майбутнє туризму, — цифровізація, екотуризм та розвиток локального туризму. Ці тенденції формують основу для стійкого розвитку галузі у постпандемічний період.

Цифровізація стала невід’ємною частиною туристичної індустрії, прискоривши перехід до використання цифрових технологій у всіх аспектах галузі. Онлайн-бронювання, мобільні додатки для планування подорожей, віртуальні тури та системи управління туристичними потоками стали популярними серед як великих міжнародних операторів, так і малих підприємств. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) відкривають нові можливості для туристів, дозволяючи їм відвідати культурні пам’ятки, музеї чи природні об’єкти без необхідності фізичної присутності. Такі технології не лише сприяють збереженню ресурсів, але й забезпечують доступність туристичних об’єктів для широкої аудиторії.[5]

Цифрові платформи для бронювання житла, транспорту та туристичних послуг отримали новий імпульс розвитку. Наприклад, сервіси, такі як Airbnb, інтегрували функції автоматичного повідомлення про санітарні норми та протоколи безпеки, що стало важливим фактором для залучення туристів у постпандемічну епоху. Крім того, штучний інтелект та великі дані допомагають аналізувати поведінку споживачів і прогнозувати попит, що

дозволяє туристичним компаніям пропонувати персоналізовані послуги та адаптувати свою діяльність до змін у ринку.

Екотуризм є ще однією важливою тенденцією, яка отримала поштовх завдяки пандемії. Зростаюча екологічна свідомість серед туристів сприяє популяризації подорожей, які мінімізують вплив на навколишнє середовище. Екотуризм включає активний відпочинок на природі, відвідування національних парків, збереження біорізноманіття та підтримку місцевих громад. Туристи все більше надають перевагу місцям, які пропонують екологічно чисту інфраструктуру, такі як готелі з використанням відновлюваних джерел енергії або екофрендлі кемпінги. Країни, які активно підтримують екотуризм, такі як Коста-Рика чи Норвегія, стають прикладами для інших регіонів у створенні стійкої туристичної інфраструктури.

Пандемія також сприяла зміні акцентів у туризмі, перенісши увагу з масового міжнародного туризму на локальні подорожі. Локальний туризм став ключовим напрямом для відновлення галузі, оскільки закриття кордонів і обмеження на міжнародні поїздки змусили людей досліджувати власні країни. Подорожі до невеликих міст, сіл, регіональних заповідників або місцевих культурних об'єктів стали популярними серед туристів, які прагнуть уникнути натовпів і дотримуватися соціальної дистанції. Локальний туризм також сприяє розвитку місцевої економіки, забезпечуючи робочі місця та підтримуючи підприємства, орієнтовані на місцевих споживачів.

Стійкість і гнучкість стали важливими аспектами відновлення туризму. Туристичні компанії впроваджують інноваційні бізнес-моделі, які дозволяють адаптуватися до змін у попиті та умовах ринку. Наприклад, впровадження гібридних послуг, які поєднують фізичні й віртуальні формати, стало ефективним рішенням для залучення нових клієнтів. Крім того, зростає попит на приватні тури та індивідуальні подорожі, що відповідає новим стандартам безпеки та персоналізації.

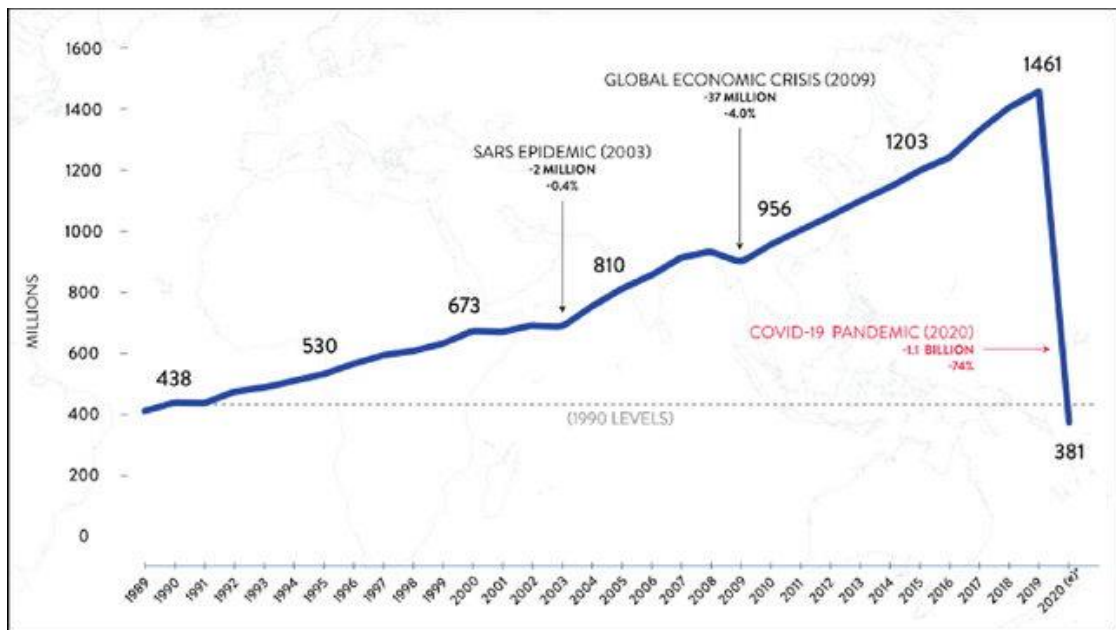


Рис 4. Вплив пандемії COVID-19 на маркетинг туристичних destinations

Розвиток інфраструктури для активного відпочинку, такого як велотраси, піші маршрути та зони для кемпінгу, став важливим напрямом для багатьох регіонів. Туристичні destinations інвестують у створення зручних умов для екотуризму та активного відпочинку, оскільки це приваблює туристів, які прагнуть до природи та уникають переповнених місць. Деякі країни, наприклад Нідерланди, активно розвивають велосипедний туризм, створюючи безпечні маршрути та підтримуючи інфраструктуру для велосипедистів.

Крім того, підвищена увага до санітарних і гігієнічних стандартів стала невід'ємною частиною сучасного туризму. Готелі, ресторани, транспортні компанії та інші учасники галузі змушені були впроваджувати суворі протоколи безпеки, включаючи регулярну дезінфекцію, використання безконтактних технологій та забезпечення умов для соціальної дистанції. Ці заходи сприяють підвищенню довіри туристів та створенню комфортних умов для подорожей.[2]

3.2. Роль міжнародних організацій у підтримці туристичної галузі

Міжнародні організації відіграють ключову роль у підтримці туристичної галузі, особливо в умовах глобальних криз, таких як пандемія COVID-19. Вони забезпечують координацію дій на глобальному рівні, розробляють стратегії відновлення та розвитку туризму, а також підтримують держави, бізнеси та місцеві громади. Зокрема, Всесвітня туристична організація (UNWTO) і Всесвітня рада з питань подорожей і туризму (WTTC) стали провідними гравцями у вирішенні питань, пов'язаних із відновленням галузі та створенням умов для її стійкого розвитку.

UNWTO, як спеціалізована установа ООН, займається питаннями сприяння розвитку туризму на глобальному рівні, підвищення його внеску у сталий розвиток та забезпечення доступності для всіх. Під час пандемії COVID-19 організація швидко адаптувала свої пріоритети до нових викликів. Однією з ключових ініціатив UNWTO стала Глобальна кризова комісія з питань туризму, яка була створена для координації дій між урядами, приватним сектором та іншими зацікавленими сторонами. Комісія спрямувала свої зусилля на розробку керівних принципів відновлення туристичного сектора, підтримку вразливих країн і регіонів, а також сприяння обміну інформацією та кращими практиками.

Одним із важливих досягнень UNWTO стало впровадження системи моніторингу впливу пандемії на туризм, яка допомогла країнам оцінити втрати та визначити пріоритетні напрями відновлення. Організація також активно співпрацювала з іншими структурами ООН, такими як ВООЗ, для забезпечення безпечного перезапуску туристичної галузі. Наприклад, були розроблені рекомендації щодо дотримання санітарних стандартів, соціальної дистанції та використання цифрових технологій для зменшення ризику зараження.

WTTC, зі свого боку, зосередилася на підтримці приватного сектора та сприянні економічному відновленню галузі. Ця організація представляє інтереси великих міжнародних компаній, що працюють у сфері туризму та подорожей, і є важливим партнером для урядів у розробці стратегій розвитку.

Одним із ключових проєктів WTTC стало створення "Глобальних протоколів безпеки та гігієни", які включають стандарти для готелів, авіакомпаній, туроператорів та інших учасників галузі. Ці протоколи були спрямовані на підвищення довіри туристів, забезпечення їхньої безпеки та відновлення міжнародних поїздок.

WTTC також активно займалася адвокацією на користь гармонізації міжнародних правил подорожей, оскільки різноманітність обмежень і регуляторних норм між країнами створювала значні перешкоди для відновлення туризму. Організація закликала до спрощення візових процедур, впровадження цифрових сертифікатів вакцинації та тестування, а також скасування карантинних обмежень для вакцинованих туристів.[7]

Крім того, WTTC започаткувала кампанію "Together in Travel", яка була спрямована на підвищення інформованості про важливість туризму для економік і суспільств. Ця ініціатива об'єднала представників галузі, урядів і громадян для підтримки туристичних підприємств, які постраждали від пандемії. Особливу увагу WTTC приділила малим і середнім підприємствам, які є основою туристичної галузі в багатьох країнах.

Інші міжнародні організації також зробили значний внесок у підтримку туризму. Наприклад, Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) розробила програми для підтримки авіаційної індустрії, яка є критично важливою для міжнародного туризму. IATA запровадила систему Travel Pass, яка дозволяє туристам зберігати та ділитися інформацією про вакцинацію та результати тестів, спрощуючи перетин кордонів. Це сприяло відновленню міжнародних авіаперельотів і забезпеченню безпеки подорожей.

Європейський Союз також став важливим гравцем у відновленні туризму, впровадивши низку ініціатив для підтримки своїх країн-членів. Зокрема, ЄС розробив план "Європейський туристичний шлях до відновлення", який включав фінансову підтримку підприємств, просування сталого туризму та стимулювання внутрішнього ринку. Крім того, було

запроваджено цифровий COVID-сертифікат, який спростив пересування між країнами-членами ЄС та сприяв відновленню туризму у регіоні.

Одним із важливих аспектів діяльності міжнародних організацій стало сприяння сталому розвитку туризму. UNWTO, WTTC та інші організації активно підтримували ініціативи, які спрямовані на зменшення впливу туризму на довкілля, розвиток екологічних маршрутів, залучення місцевих громад до управління туристичними ресурсами та сприяння збереженню культурної спадщини. У цьому контексті пандемія стала можливістю для переосмислення традиційних моделей туризму та впровадження більш стійких практик.

3.3. Інноваційні стратегії відновлення туристичної галузі.

Інноваційні стратегії відновлення туристичної галузі після пандемії COVID-19 стали ключовим інструментом для подолання кризових наслідків, адаптації до нових умов та забезпечення стійкого розвитку галузі в майбутньому. Глобальні виклики, з якими стикнулася туристична індустрія, вимагали перегляду традиційних підходів до управління, впровадження новітніх технологій, а також створення нових моделей взаємодії між туристами, бізнесом та урядами. Ці стратегії включають діджиталізацію, розвиток екологічного та сталого туризму, впровадження інноваційних рішень у маркетинг, створення індивідуалізованих туристичних продуктів та інші прогресивні підходи.

Одним із найважливіших напрямів інновацій у відновленні туристичної галузі є діджиталізація. Використання цифрових технологій значно підвищило ефективність роботи туристичних підприємств, поліпшило досвід клієнтів та дозволило забезпечити більшу безпеку подорожей. Наприклад, використання штучного інтелекту (ШІ) і великих даних дозволяє туристичним компаніям аналізувати поведінку споживачів, передбачати їхні потреби та створювати персоналізовані пропозиції. ШІ також використовується для автоматизації

обслуговування клієнтів, як-от чат-боти, що надають миттєві відповіді на запитання туристів.

Діджиталізація також включає розвиток онлайн-платформ для бронювання послуг, які об'єднують готелі, авіакомпанії, туроператорів і місцевих провайдерів. Ці платформи дозволяють туристам швидко та зручно планувати подорожі, враховуючи свої індивідуальні уподобання та бюджет. Крім того, завдяки пандемії зросла популярність віртуального туризму, який дозволяє людям "подорожувати" до віддалених місць без фізичної присутності. Віртуальні тури музеями, містами чи природними об'єктами стали популярними не лише як заміна реальних подорожей, але й як інструмент маркетингу для залучення туристів у майбутньому.[7]

Екологічний та сталий туризм є ще одним важливим елементом інноваційних стратегій. Пандемія змусила суспільство замислитися над впливом людської діяльності на довкілля, що створило попит на екологічно дружні форми туризму. Туристичні компанії почали активно впроваджувати ініціативи зі скорочення вуглецевого сліду, наприклад, використання відновлюваних джерел енергії, зменшення використання пластику та підтримка місцевих громад. Водночас екотуризм став популярним серед туристів, які шукають унікальні та стійкі способи взаємодії з природою.

Інновації також стосуються маркетингових стратегій у туризмі. Використання цифрового маркетингу дозволяє підприємствам охоплювати ширшу аудиторію через соціальні мережі, цільову рекламу та контент-маркетинг. Розвиток інфлюенсерського маркетингу допомагає компаніям створювати сильні бренди, використовуючи авторитет і популярність лідерів думок. Крім того, туристичні компанії активно впроваджують технології віртуальної та доповненої реальності для просування своїх продуктів, що дозволяє туристам отримати попереднє уявлення про місце призначення або послугу.

Персоналізація туристичних продуктів стала ще одним ключовим напрямом інновацій. Сучасні туристи очікують, що їхні подорожі

відповідатимуть їхнім індивідуальним потребам, і підприємства реагують на ці очікування, створюючи унікальні пропозиції. Використання великих даних і аналітики дозволяє компаніям розробляти тури та послуги, адаптовані до потреб конкретних клієнтів, наприклад, екскурсії для сімей, кулінарні тури або активний відпочинок для молоді.

Важливу роль у відновленні туристичної галузі відіграє розробка нових моделей співпраці між державами, компаніями та міжнародними організаціями. Наприклад, створення спільних ініціатив для просування безпечного та відповідального туризму дозволило країнам більш ефективно залучати туристів і підтримувати галузь. Крім того, завдяки пандемії з'явилися нові форми публічно-приватного партнерства, спрямовані на модернізацію інфраструктури, стимулювання інновацій та підвищення конкурентоспроможності.

Ще одним інноваційним підходом стало використання цифрових інструментів для забезпечення безпеки подорожей. Цифрові сертифікати вакцинації, мобільні додатки для моніторингу здоров'я та відстеження контактів, а також системи безконтактного обслуговування в аеропортах і готелях стали невід'ємною частиною нової реальності туризму. Ці заходи дозволяють зменшити ризик зараження та створити умови для відновлення міжнародного туризму.

Інноваційні стратегії також спрямовані на підтримку малих і середніх підприємств, які є основою туристичної галузі в багатьох країнах. Завдяки грантам, кредитам і технічній підтримці багато підприємств змогли адаптуватися до нових умов, модернізувати свої послуги та забезпечити стабільність роботи. Наприклад, навчальні програми з цифровізації та сталого розвитку допомогли підприємцям краще зрозуміти сучасні тенденції та потреби клієнтів.[9]

Пандемія також сприяла розвитку локального туризму, який став основою для відновлення галузі в багатьох країнах. Туристичні компанії почали активно просувати внутрішні маршрути, створювати пропозиції для

місцевих жителів і розвивати інфраструктуру для прийому внутрішніх туристів. Це дозволило не лише підтримати економіку, але й сприяти культурному обміну та збереженню національної спадщини.

ВИСНОВКИ

Пандемія COVID-19 стала безпрецедентним викликом для світової туристичної галузі, спричинивши значні економічні, соціальні та структурні зміни. Глобальні обмеження, впроваджені для стримування поширення вірусу, призвели до різкого скорочення туристичних потоків, закриття кордонів, скасування рейсів і масового припинення діяльності підприємств індустрії. У 2020 році кількість міжнародних туристичних прибуттів зменшилася на 74%, що стало найгіршим показником за всю історію галузі.

Економічні втрати туристичного сектору виявилися катастрофічними. Закриття готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств призвело до банкрутств і скорочення робочих місць. Туризм, який є важливим джерелом доходів для багатьох країн, став однією з найбільш постраждалих сфер економіки. Крім того, вплив пандемії позначився і на регіональному рівні: країни, залежні від міжнародного туризму, зіткнулися з масштабними соціально-економічними кризами.

Пандемія також значно вплинула на поведінкові моделі туристів. Люди стали надавати перевагу подорожам у менш населені регіони, екотуризму, локальному туризму та безпечним напрямкам із суворими санітарними нормами. Змінилися пріоритети у виборі послуг — безпека, гігієна та можливість уникнути великих скупчень людей стали ключовими факторами під час планування поїздок.

Водночас пандемія прискорила процеси діджиталізації в туристичній галузі. Використання цифрових технологій, зокрема мобільних додатків, віртуальних турів, безконтактних сервісів і систем управління подорожами, стало невід'ємною частиною сучасного туризму. Такі інновації дозволяють забезпечити безпеку, персоналізувати обслуговування і зробити подорожі комфортнішими.

Міжнародні організації, такі як Всесвітня туристична організація (UNWTO) та Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTTC), відіграли важливу роль у підтримці галузі. Вони розробили рекомендації для відновлення туристичного сектору, сприяли міжнародній координації та ініціювали програми фінансової допомоги. Крім того, їхня діяльність спрямована на популяризацію сталого розвитку, екологічної відповідальності та соціальної інтеграції в туризмі.

Одним із ключових напрямів відновлення стала орієнтація на внутрішній туризм. В умовах обмежень на міжнародні подорожі він став основним джерелом доходів для багатьох країн. Місцеві уряди стимулюють розвиток локального туризму, інвестуючи в інфраструктуру, просування туристичних продуктів і створення умов для безпечних подорожей.

Сталий розвиток також набув особливого значення. Екотуризм, який акцентує увагу на збереженні природних ресурсів і культурної спадщини, став одним із пріоритетних напрямів. У той же час розвиток місцевих громад через туризм забезпечує додаткові економічні вигоди і сприяє соціальній згуртованості.

Декларація академічної доброчесності.

Я, Горбачова Катерина Сергіївна, студентка групи ТУР2001-1 Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформована що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинен буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть застосовані заходи дисциплінарного характеру, за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі,

кваліфікаційна робота може бути анульована з наступних відрахуванням із університету .

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності не буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Папирян, Г. А. Міжнародні економічні відносини. Економіка туризму. 2015.
2. Лотиш, О. Я. Стратегічні підходи розвитку ринку туристичних послуг в Україні / О. Я. Лотиш // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2017. – № 25, Ч. 1. – С. 134–138.
3. Любіцева, О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – Київ: Альтпрес, 2012. – 436 с.
4. Туристичні потоки // Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Смаль, І. В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку / І. В. Смаль // Туристично-краєзнавчі дослідження: зб. наук. пр. – Київ: Кармаліта, 2014. – Вип. 5. – С. 114–134.
6. Гонтаржевська, Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
7. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08-09>.
8. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
9. Кифяк, В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2013. – 400 с.
10. Воронков, В. Туризм – вулиця з двостороннім рухом // Голос України. – 2016. – № 215–216. – 16 листопада. – С. 3.
11. Ткаченко, Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. – Київ: КНТЕУ, 2015. – 537 с.

12. Лотиш, О. Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2017. – № 25. – С. 134–138.