

Застосування підприємствами туристично-рекреаційного комплексу інновацій для подолання негативних явищ, спричинених пандемією коронавірусної хвороби COVID-19

Петровський І.І., Мариморич А.В.,*Уліганець С.І.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, a.panych@ukr.net

Надішла до редакційної колегії: 05.05.2021.

Прийнята: 20.05.2021.

Анотація. Туристично-рекреаційний комплекс зазнав чи не найбільших збитків через наслідки пандемії COVID-19. Для подолання цих наслідків та відродження туристично-рекреаційної сфери необхідно вжити комплекс заходів, зокрема і

інноваційних, які зможуть забезпечити подальше функціонування цих галузей господарства. Значна частка туристичних підприємств України не змогла вистояти в рамках обмежень, які були встановлені задля запобігання поширення COVID-19, що призвело до закриття багатьох підприємств. Вивчення зарубіжного інноваційного досвіду та його імплементація в український туристично-рекреаційний бізнес може стати важливим важелем подальшого розвитку туризму та рекреації в Україні. В даній статті проаналізовано світові інноваційні продукти, які застосовані підприємствами туристично-рекреаційної галузі в різних країнах світу для подолання негативних явищ спричинених пандемією COVID-19. Більшість з них є достатньо ефективними для розвитку галузі в сучасних умовах.

Ключові слова: туристично-рекреаційний комплекс, інновації, туризм, готелі, наслідки пандемії COVID-19.

Application by enterprises of the tourist and recreational complex of innovations for overcoming the negative phenomena caused by the pandemic of coronavirus disease COVID-19

Petrovskyi I., Marymorych A*, Uliganets S.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, a.panych@ukr.net

Annotation. The tourist and recreational complex suffered almost the greatest losses due to the consequences of the COVID-19 pandemic. To overcome these consequences and revive the tourism and recreation sector, it is necessary to take a set of measures, including innovative ones, that will be able to ensure the further functioning of these sectors of the economy. A significant proportion of Ukrainian tourism companies have not been able to withstand the restrictions imposed to prevent the spread of COVID-19, which has led to the closure of many businesses. The study of innovative foreign experience and its implementation in the Ukrainian tourism and recreation business can be an important lever for further development of tourism and recreation in Ukraine. This article analyzes the world's innovative products used by tourism and recreation companies in different countries to overcome the negative effects caused by the COVID-19 pandemic. Most of them are quite effective for the development of the industry in modern conditions.

Keywords: tourist and recreational complex, innovations, tourism, hotels, effects of the COVID-19 pandemic.

Вступ. З початком пандемії COVID-19 у світі все більше країн почали застосовувати інноваційні технології, щоб забезпечити комфортні умови життя на карантині для багатьох людей, а також стримати поширення вірусу й боротися з ним. Туристична сфера, яка зазнала чи не найбільших збитків, теж зреагувала на зміни в суспільстві і почала впроваджувати інновації, аби «вижити» у боротьбі з вірусом і фінансовою нестабільністю. Вивчення зарубіжного досвіду інноваційної діяльності та впровадження його в український туристично-рекреаційний комплекс може вирішити ряд проблем, які спричинили обмеження під час пандемії. Актуальність дослідження підтверджує і незначна кількість публікацій з цієї теми, так як пандемія COVID-19 з'явилась у нашому житті відносно нещодавно – на початку 2020 р. Об'єктом дослідження є інноваційна діяльність туристично-рекреаційного комплексу. Мета нашого дослідження полягає у здійсненні аналізу інноваційної діяльності підприємств туристично-рекреаційного комплексу для подолання негативних явищ, які спричинила пандемія COVID-19. Завдання полягають у наступному: визначити обмеження, які були встановлені для підприємств туристично-рекреаційного комплексу під час пандемії COVID-19; здійснити аналіз зарубіжного та українського досвіду подолання негативних явищ, спричинених пандемією за допомогою інноваційних технологій; визначити перспективи подальшого розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

Матеріали і методи досліджень. Дослідження базується на працях О. Любіцевої, І.Смирнова, Н. Власової, О. Давидової, О. Люльова, Т. Пімоненко, а також даних Міністерства з питань стратегічних галузей промисловості України та Всесвітньої туристичної організації. Використані нами методи відносяться до загальнонаукових, які використовують в теоретичних дослідженнях: аналіз, синтез, дедукція та індукція. А також, описовий метод, супроводжений використанням статистики.

Результати та їх аналіз. З початку 2020 року усі країни Африки, Азії, Тихоокеанського регіону, а також Близького Сходу ввели обмеження на пересування жителів, пов'язані із розповсюдженням COVID-19. У свою чергу, 93% країн ЄС ввели аналогічні обмеження, тоді як в країнах Північної та Південної Америки – 92% (Люльов, 2020; Пімоненко, 2020; Хаба, 2020; Ус, 2020; Гусейнадзе, 2020).

Варто відмітити, що виділяють чотири види обмежень для запобігання широкому розповсюдженню пандемії COVID-19, а саме:

- 1) абсолютне чи часткове закриття кордонів для іноземних туристів;
- 2) можливість доступу лише до певного місця призначення;
- 3) абсолютна чи часткова заборона здійснення польотів;
- 4) введення карантину, дотримання самоізоляції, заборона видачі віз тощо.

У зв'язку із закриттям кордонів та необхідності самоізоляції саме туристична галузь постраждала найбільше від пандемії. У свою чергу Світова туристична організація наголошує на необхідності відновлення туризму – послабленню та поступовому зняттю обмежень на переміщення одразу, як тільки це стане безпечно.

У сучасному світі туристична діяльність базується на високому рівні розвитку транспортної та готельно-ресторанної мереж, соціальної сфери, сфери послуг тощо. Однак обмеження у пересуванні, пов'язані із введенням масштабного карантину, спричинили значні збитки у галузях суміжних туристичній.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристична галузь за перші 10 місяців 2020 року через пандемію COVID-19 і пов'язані з нею обмеження втратила 935 млрд. доларів. Це означає, що світовий туризм повернувся до рівня 1990 року. У період із січня по жовтень 2020 року основні туристичні напрямки відвідало на 900 млн. менше іноземних туристів у порівнянні з тим же періодом 2019 року, коли число міжнародних туристів досягло півтора мільярда. У квітні 2020 року кількість міжнародних прибуттів скоротилась на 97% відповідно до

2019 року. До серпня місяця відбулось певне послаблення карантинних норм і кількість подорожуючих туристів збільшилась (у серпні скорочення міжнародних туристів становило 77%). Проте до кінця 2020 року спостерігалась ще одна хвиля захворюваності на COVID-19, що охопила весь світ. Туристичний потік у грудні знову зменшився і становив -85%. Найбільше туристичних втрат у 2020 році зазнала Азія та країни Океанії, кількість туристів в країнах цього регіону скоротилась на 84% (UNWTO, 2020).

За прогнозами UNWTO, повернення до рівня 2019 року щодо кількості міжнародних прибуттів, ймовірно, займе від 2,5 до чотирьох років. Стає все більш очевидним, що туризм – один з найбільш постраждалих від пандемії COVID-19 секторів економіки. Попри те, що подорожі під час пандемії змінилися та скоротилися до мінімуму, туристичний бізнес в Україні та в багатьох країнах-лідерах туризму шукає вихід зі скрутного становища, будь-які можливості відновитися та запропонувати подорожувальникам інноваційні туристичні продукти (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Інновації в туризмі – це системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні (Давидова, 2015).

Інвестиції деяких країн в розвиток інновацій і підтримку інноваційних проектів, які спрямовані на боротьбу з COVID-19, просто вражають. Наприклад, Великобританія виділила на підтримку боротьби з коронавірусом більше \$39 млрд. Також ЄС оголосили терміновий конкурс для інноваційних рішень з протидії спалахам коронавірусу, бюджет якого складає 164 млн. євро.

Туристична галузь як ніколи очікує нових інноваційних рішень та змін. У 2020 році з'явилися тренди, які відкрили можливості для розвитку даного бізнесу. Розглянемо їх детальніше.

Прикладом технологічних інновацій у туризмі є електронні системи бронювання в готелях, електронні системи продажу авіаквитків, створення віртуальних турагентств. Так, готельна група Starwood Hotels & Resorts Worldwide запустила першу мобільну систему в історії готельної індустрії - SPG Keyless задовго до початку пандемії. Ця система дає змогу гостям готелів використовувати свій смартфон як ключ. Нова система не тільки допоможе клієнтам готелю оминати стійку реєстрації і заощадити час на очікування в черзі, а й надасть можливість отримати миттєвий доступ до свого номеру одним натисканням кнопки на своєму смартфоні. Дане нововведення також надасть можливість мінімізувати контакти між людьми.

Офіційний запуск SPG Keyless відбувся ще наприкінці 2014 р. в готелях Starwood під брендами Aloft, Element і W, які є передовими готелями мережі з інноваційним сервісом, передовим дизайном і екологічно-орієнтованими ініціативами. До таких готелів належать: Aloft Harlem, Aloft Cupertino, Aloft Beijing, Aloft Cancun, W New York-Downtown, W Hollywood, W Singapore, W Hong Kong, W Doha і Element Times Square. Така система бронювання стала неабияк популярною під час пандемії коронавірусу та надихнула інші готелі на розробку власних систем (Давидова, 2015).

В закладах розміщення і кафе популярними стали роботи, чат-боти і автоматизація процесів. В мережі готелів Hilton використовують робота-консьєржа Connie, який зустрічає гостей на вході та проводить до номера. Окрім того, в мережі можна використовувати мобільний додаток, який надає гостям доступ до фітнес-центру, поверхів, ліфтів і парковки (Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості, 2020).

В інших готелях роботів використовують для реєстрації туристів або подачі їжі і напоїв відвідувачам. Наприклад в сінгапурському готелі M Social використовують робот Auga, який виконує ці функції. Також багато туристів бронюють свої поїздки і проживання за допомогою

чат-ботів, які можуть обробляти запити і пропонувати допомогу. Такі зміни забезпечують подорожуючих від зайвих контактів з персоналом, а отже і від можливості захворіти вірусом.

«Технологічна гостинність» – так готелі описують взаємодію гостей, персоналу і технологій на території готелю. Технології повинні бути зручними, надавати вибір мандрівникам і забезпечувати від зайвих контактів.

В закладах харчування обов'язковим стало використання електронного меню. Найчастіше ви можете передивитись його за QR-кодом, а в деяких кафе та ресторанах одразу можна зробити електронне замовлення. Зручно це також і тим, що можна бачити вартість свого замовлення одразу. Така інновація у сфері гостинності стала популярною і в Україні.

З віртуальною реальністю в наше життя щільно увійшла і доповнена реальність (AR). Вона поєднує в собі віртуальні елементи з реальним досвідом. Тенденції AR-подорожей включають в себе відвідування музейних експонатів, що легко реалізується за допомогою смартфонів. Тепер можна відвідати будь-яке місце на Землі просто маючи смартфон. Приклад цього – додаток Navitaire, що дозволяє користувачам віртуально вивчати місця для відпочинку та одразу бронювати майбутні подорожі.

Віртуальна реальність може бути використана в системі розваг під час польотів. Такі авіакомпанії, як Iberia, Singapore Airlines і SunExpress, вже успішно протестували ці технології, запропонувавши пасажиром використовувати гарнітуру для перегляду 3D-фільмів або гри в відео-ігри на висоті 30 000 футів. Дані технології вигідні для туризму тим, що можуть виступати елементами рекламної діяльності туристичних агенцій.

Активно почали використовуватись і голосові помічники. Такі технології допомагають вирішити проблемні питання без допомоги людей. Достатньо просто озвучити проблему голосовому помічнику і він вкаже, що потрібно зробити або вирішить проблему за вас. Такими є платформи Google Home, Amazon Alexa і HomeHub від Apple.

Наприклад Alexa від Amazon дозволяє спростити проживання для туристів. Голосовий помічник допомагає у таких завданнях як контроль температури або освітлення в приміщенні, пошук місцевого ресторану і пам'яток, дзвінки і навіть в'їзд чи виїзд з готелю.

У світі, окрім коронавірусної кризи, на подорожі впливає і екологічна криза, що сповільнює відродження індустрії туризму. Все більш популярними стають екологічно безпечні подорожі і свідомий туризм. У жовтні 2020 р. швейцарський банк UBS заявив, що кожен п'ятий мандрівник літав менше через зростання екологічних проблем, підтримуючи еко-рух flight-shaming.

Таким чином, деякі авіакомпанії пропонують своїм пасажиром екоквитки, що зменшують кількість викидів CO₂ в атмосферу.

Популярним стає використання супердодатку для подорожей. У 2020 році Booking.com опитав 12 500 мандрівників з приблизно 30 країн і 57% з них відповіли, що хочуть отримати «єдиний додаток для планування і бронювання подорожей».

Такий супердодаток вже існує в країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону, де електронна комерція і додатки для обміну повідомленнями, такі як WeChat, Alipay і Meituan в Китаї, Line в Японії і PayTM в Індії, стали універсальними. З їх допомогою користувачі можуть не лише спілкуватись, а ще й оплачувати авіаквитки та розміщення в готелях, замовляти їжу або купувати речі онлайн (Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості, 2020).

Дезінфекція навколишнього середовища стала важливим елементом нашого життя. Провідні технологічні компанії не залишились осторонь та розробили спеціальні роботи-дезінфектори, які використовуються в різних сферах, зокрема і в готельно-ресторанній. Американська компанія Xenex створила робота, який не лише дезінфікує розчином, а й випромінює ультрафіолетове світло, що вбиває бактерії та віруси. Таким чином, використання

робота пришвидшує процес дезінфекції та дозволяє мінімізувати контакти між людьми, адже робот працює через дистанційне управління.

Індія, Китай та ОАЕ одні з перших почали проводити дезінфекцію за допомогою дронів.

Сфера доставки теж зазнала змін. Компанія Starship Technologies повністю замінила кур'єрів-людей роботами. Загалом компанія заявила, що всі сучасні програми з доставки їжі в кінцевому підсумку придуть до цілковитої роботизації. Зараз роботи-кур'єри від Starship виглядають як маленький білий ящик з шістьма колесами. Кожен робот оснащений декількома камерами, через які співробітники служби контролю спостерігають, куди рухається роботизований кур'єр. Також на пристрої встановлено сигнальні давачі, що спрацьовують при несправності.

Заклади харчування як невід'ємна частина туристичної галузі теж не залишились осторонь і почали використовувати нововведення.

Наприклад в кав'ярні німецького містечка Шверин задля дотримання соціальної дистанції відвідувачами адміністрація вигадала цікавий метод: гостям кафе почали видавати солом'яні капелюхи з прикріпленими до них поролоновими палицями для басейнів. Ще одним німецьким прикладом є мережа Burger King, яка адаптувала свої фірмові картонні корони до сучасних умов і просто добряче збільшила їх у діаметрі. Знову ж для того, аби відвідувачі могли тримати безпечну дистанцію один від одного.

В деяких закладах, щоб обмежити кількість гостей, на порожніх стільцях розмістили м'які іграшки або картонних відвідувачів.

В Швеції також підійшли креативно і відкрили «найбільш соціально-дистанційований ресторан у світі». Бренд безалкогольного вина Oddbird разом з рестораном Garba розмістили декілька затишних столиків у шести точках національного природного заповідника Херінг у Швеції.

Ще один спосіб захистити відвідувачів придумали ресторатори в Амстердамі. Колишні теплиці, де вирощувались овочі й квіти для того ж таки ресторану, вони перетворили на прозорі «кабінки» зі столиками на двох. Таким чином вдалось ізолювати невеликі компанії гостей одна від одної. У Львові таку ідею теж реалізували. Ресторанція «Дуже висока кухня» встановила купольні прозорі оранжереї навколо столиків на даху будівлі на площі Ринок.

Під час найжорсткіших карантинних обмежень більшість закладів могли працювати лише на доставку. Для працівників кухні цей варіант залишався прийнятним, а офіціанти опинялись у дійсно непростому становищі. Українська мережа закладів «Чорноморка» вирішила цю проблему, запустивши унікальний онлайн-ресторан. Їхні офіціанти змогли приймати замовлення й допомагати гостям з вибором за допомогою відеозв'язку. А готові страви можна було забрати самотужки чи оформити доставку додому.

Також цікавими інноваційними розробками є нові види масок, які зможуть захистити від вірусу і таким чином позитивно вплинути на діяльність сфери туризму.

Французька компанія BioSerenity - виробник масок для громадського здоров'я, розробила першу маску, яка вбиває віруси. Дана маска має здатність «блокувати віруси» і складається з чотирьох шарів, один з яких має бактерицидні й антивірусні властивості. Маска одноразова та рекомендована для 4-годинного носіння. Проведені дослідження показали зниження вірусу на 99,9% менш ніж за 5 хвилин. Дослідники вважають, що така маска буде захищати від усіх штамів коронавірусу.

А в Лісабоні Інститут молекулярної медицини імені Жуана Лобо Антунеса, розробив маску MoxAdTech, яка вбиває коронавірус. Маска має інноваційне покриття, яке нейтралізує вірус SARS-CoV-2 під час контакту з матеріалом.

Позитивний ефект досягається завдяки кільком водонепроникним шарам, з яких складається винахід, й особливої інноваційної тканини зі спеціальним покриттям. Цей ефект зберігається навіть якщо маску помити 50 разів.

Дочірня компанія Xiaomi – Huami – розробила маску Aeri для обличчя, яка здатна захистити від COVID-19. Маска виготовлена з пластику і фільтруючих елементів.

Інститут біологічних досліджень спільно з медичним центром Хадасса, що в Єрусалимі, розробили маску з активним противірусним та антибактеріальним захистом, яка здатна вберегти від COVID-19 на 99,999%.

Українська громадська організація «Гідроенергоекологія Карпат» придумала та запатентувала новий вид багаторазової захисної маски для захисту від Covid-19. Вона виглядає як медичний щиток, але набагато функціональніша, легша та дешевша.

Забір повітря та видих здійснюються з-поза меж маски – біля вух, тому співбесідники при зустрічі не обмінюються повітряними масами. У маску можна ставити змінний фільтр та мити її. Виготовляється вона із харчового пластику.

Окрім технологічних інновацій в туристичному бізнесі з'явилися інноваційні терміни, які пояснюють нововведення в закладах розміщення, запровадженні під час пандемії. Такі інновації дають можливість туристичному бізнесу функціонувати, але в іншому напрямі. До таких новітніх явищ у міжнародному туристичному бізнесі можна віднести «ворк фром хотел (WFH)», «тревел-шеймінг», «воркейшн», «стейкейшн», «тревел-бульбашки» тощо (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Нова концепція – WFH (англ. work from hotel), «робота з готелю», яка приваблює бізнес-мандрівників. Деякі готелі змінили свою цільову аудиторію з подорожувальників на ділових людей, які працюють віддалено, тому можуть подорожувати, не чекаючи на відпустку. Наприклад своєю країною або країнами, які відкриті до відвідування. Дистанційний режим роботи дає змогу виконувати свої обов'язки й одночасно лікуватися в санаторії або відпочивати на найкращих курортах. Готельні мережі всього світу розпочали нові програми для реалізації цієї концепції використовуючи переваги вже наявних зручностей. Вони пропонують різні розваги під час обідньої перерви. Наприклад можна піти у СПА або на релаксуючий масаж. А працювати можна з балкону номера з видом на океан. Це дуже зручно, адже замість формального офісу можна орендувати номер у готелі. У свою чергу, в готелях з'явилися нові вимоги до сервісу: стабільний інтернет, доступні розетки, столи, що регулюються за висотою, ергономічні стільці, тихі та комфортні номери.

Прикладами таких готелів є «Marriott Providence Downtown», який сформував пакети Day Use зі знижками 50 % для тих, хто працює віддалено; готель «White» у Брукліні (Нью-Йорк), що надає в оренду номери для роботи щоденно з 8.00 до 18.00 (постояльці можуть розміститися в номері з гарним видом з панорамних вікон або у внутрішньому дворіку; у вартість оренди номеру входять безкоштовні напої та їжа) (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Подорожі під час пандемії стали не тільки радістю та задоволенням, але і почали викликати сором. Точніше в країнах «Заходу» подорожі почали розцінювати як вчинок, за який має бути соромно. Таке явище отримало назву «тревел-шеймінг». Адже подорожуючи, ти наражаєш своє життя та життя оточуючих на небезпеку, що може призвести до негативних наслідків.

«Воркейшн» (з англ. work – робота, vacation – відпустка) – термін, який з'явився ще у 2012 році та особливої популярності набув саме під час пандемії. По своїй суті це робоча відпустка, а точніше робота під час відпустки (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Поєднання роботи та відпустки передбачає роботу поза офісом, поєднуючи дозвілля з продуктивним часом. Основна ідея поняття «воркейшн» полягає в тому, що можна не брати відпустку, щоб кудись поїхати. Навіть у поїзді можна продовжити працювати віддалено.

Щоб попередити синдром «вигоряння» у свої працівників, роботодавці запровадили таке явище як «воркейшн». Воркейшн допомагає офісним працівникам подорожувати і працювати.

Практику «воркейшн» впроваджено в багатьох фірмах США та Європи, які уважно ставляться до благополуччя працівників і альтернативних способів підвищення їхньої продуктивності праці в довготривалій перспективі. На жаль, в нашій державі важко таке уявити, але в перспективі таке впровадження має бути реалізоване і в Україні, щоб цінний працівник не перегорів на роботі, зміг поїхати разом з родиною до заміського будинку або подорожувати під час канікул дітей.

Стейкейшн (від англ. staycation: stay – перебування, vacation – відпустка) – відпочинок неподалік домівки з рідними, друзями, дітьми і навіть з улюбленими домашніми тваринами. В період пандемії значна частина населення відмовилась від далеких мандрівок, адже це доволі дорого та передбачає безліч контактів з людьми, тому подорожувати в межах свого населеного пункту стало цілим мейнстрімом. Таке явище стало популярним під час фінансової кризи початку 2000-х років, коли в багатьох людей бракувало грошей на коштовні закордонні подорожі. Мета такої відпустки – повний відпочинок від роботи та буденних справ. Можна відпочити в готелі свого міста або відвідати СПА-салон, а після замовити вечерю прямо в номер. Такий відпочинок не потребує збирання великої кількості речей, довгої та далекої дороги, а ще ви точно не спізнитесь на рейс.

Тревел-бульбашки або «повітряні мости» дають змогу мандрувати між двома або декількома країнами без необхідності перебувати на карантині. Такі тревел-коридори продемонстрували значні успіхи в стриманні пандемії COVID-19 та в боротьбі з нею у межах своїх кордонів. Країни, які створили такі повітряні мости прагнуть налагодити пасажиропотоки та відновлюють зв'язки між собою, відкриваючи кордони та дозволяючи подорожуючим вільно переміщуватися без необхідності відбувати карантин після прибуття.

Розповсюдження цього терміна ініціювали три країни Балтії, а саме Естонія, Латвія та Литва, коли вони сформули трестороннє партнерство, що відкрило громадянам цих країн в'їзд на територію держав-членів.

Коли світ дізнався про цю ініціативу, багато країн перейняли їхній досвід або в будь-якому разі серйозно задумалися про можливість формування відповідного блоку із сусідніми країнами. Так, у листопаді 2020 р. Гонконг і Сінгапур оголосили про те, що хочуть створити тревел-пухир, який би дав змогу мандрувати між цими двома містами без карантинного контролю. Проте в межах повітряних мостів мандрівники все ж таки мають проходити тест на коронавірус. Великобританія також підписала угоду зі США про відкриття «тревел-коридору» після різдвяних свят 2021 р. Карибські острови, багато країн Південно-Східної Азії також відкривають подібні коридори. Отже, до кінця 2020 р. уже з'явилися можливості мандрувати та переміщуватися світом, для чого треба чітко відстежувати інформацію по відкритих країнах і тревел-пухирях, щоб правильно скласти маршрут, а також не сидіти в кожній країні 14 діб на обсервації (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Висновки. З початком пандемії коронавірусу у світі, з'явилися нові інноваційні продукти, які полегшили життя багатьох людей та навіть зберегли його. Керівники туристичних підприємств використали безліч ідей та нововведень, аби зберегти свій бізнес. Та світ ще довго буде адаптуватись до нових умов, які диктують тенденції розвитку туризму, зокрема.

Багатьом туристичним фірмам доводиться пристосовуватись до них, впроваджуючи інноваційні технології. На жаль, не усі можуть собі це дозволити, тому деякі компанії зазнають колосальних збитків або навіть зникають з ринку туристичних послуг. Майбутнє туризму важко прогнозувати, але мінімізація контактів між людьми стане пріоритетним завданням при організації відпочинку. Більшість подорожуючих скоріше оберуть невеликі заклади розміщення,

де вони зможуть ізолюватись або активний відпочинок на природі. Соціальне дистанціювання та дезінфекція ще довго будуть важливими умовами для роботи закладів харчування та розміщення, що забезпечують функціонування туристичної сфери.

Список використаних джерел

- Vlasova N. Innovatsiina diialnist v turystychnomu biznesi / N. Vlasova, V. Smyrnova, N. Semenenko // Kultura narodiv Prychornomoria. 2009. №176. S.113-114.
- Davydova O. Osoblyvosti zastosuvannya innovatsii u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy / O. Davydova // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika. 2015. №7(172). С.65-69. – Retrieved from https://tourlib.net/statti_ukr/davydova7.htm
- Liulov O. V., Pimonenko T. V., Khaba A. P., Us Ya. O., Huseinadze K. R./ Upravlinnia biznes-protsesamy v turystychnii haluzi: vplyv pandemii COVID-19 // Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia Ekonomika. 2020. № 3. S. 239–246. Retrieved from essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81748
- Smyrnov I. Turystychnyi biznes pid chas pandemii COVID-19: svitovy ta ukraïnskyi dosvid / I. Smyrnov, O. Liubitseva // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriiia: Turyzm 3(2) 196-208. – 2020. – Retrieved from <http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/221278/221157>.
- Turyzm: innovatsiini rishennia ta prohnozy // Ministerstvo z pytan stratehichnykh haluzei promyslovosti Ukrainy. – 2020. – Retrieved from <https://sfii.gov.ua/turizm-innovacijni-rishennya-ta-prohnozi>
- UNWTO. COVID-19: Zakhody shchodo pidtrymky podorozhei ta turyzmu. 2020 // Retrieved from unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism