

2. Матроні Л., Гащицький О. Стан зовнішньоекономічних відносин з країнами Європейського Союзу. Україна на шляху європейської інтеграції. Науково-практичний збірник матеріалів. Київ: Мінекономіки України, CDG, 2007. С. 81-87.

3. Еллан М., Іванов І. Розширення Євросоюзу: сценарій, проблеми, наслідки. Україна на шляху європейської інтеграції. Науково-практичний збірник матеріалів. Київ: Мінекономіки України, CDG, 2009. С. 39.

4. Про затвердження Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу: Указ Президента України від 11 червня 1998 року № 615/98. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/615/98>.

5. Про забезпечення діяльності Уповноваженого України з питань європейської і євроатлантичної інтеграції: Указ Президента України від 05.07.2003 № 573/2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/573/2003>.

6. Про державні програми з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007 роки: Указ Президента України від 13.12.2003 № 1433/2003/. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1433/2003>.

7. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 18.03.2004 № 1629- IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1629-15>.

8. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.03.2013 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2013-%D1%80>.

## **ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ПІД ЧАС КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ**

*Наталія Родінова*  
НПУ ім. М. Драгоманова  
<https://orcid.org/0000-0002-2259-5573>

Світова індустрія гостинності продовжує зіштовхуватися з наслідками пандемії. Ризики, пов'язані з подорожами та рекомендації із забезпечення безпеки, справляють вирішальне значення при прийнятті рішення про подорож у часи невизначеності від обмежень. Ставлення до потенційних туристичних ризиків може мати значний вплив на психологічний стан подорожуючих [10; 5]. Часто туристи намагаються не відвідувати місця, що характеризуються найбільшими ризиками [7].

Нинішня пандемія обнулила усі уявлення про розвиток. Найбільші обмеження в історії людства було введено задля стримування поширення пандемії. Наслідки цієї пандемії можуть сильно змінити різні аспекти нашого життя та бізнесу, включаючи й управління туризмом, оскільки половина населення світу жила з обмеженнями на пересування у безпрецедентних масштабах. Під час найбільших обмежень було закрито 96% всіх туристичних напрямків [2]. Працівники індустрії гостинності відзначають надзвичайні наслідки для економіки та індустрії в цілому світі [17]. Пандемія має різноманітні наслідки й країни шукають свій підхід до сталого розвитку з метою пом'якшення її негативного впливу. Пандемія є згубною для відновлення економіки країн, починаючи від туристичної та соціальної сфери до довготривалих проблем зі здоров'ям та втратою близьких. Ми вже бачимо, що надто жорсткі міри безпеки можуть негативно впливати на розвиток індустрії гостинності, зупиняти економічний розвиток та збільшувати рівень безробіття. Також на всі сфери життя в цей час впливають такі фактори, як: соціокультурні, фінансові, політичні, технологічні [17]. Ми можемо говорити, що подібне глобальне явище скоро може бути включеним у якості стійкого фактору до навчальних програм зі стратегічного управління та з туристичного маркетингу.

Пандемії, як правило, не піддаються контролю, тому виникають й поширюються стрімко. Інші фактори, здебільшого, контролюються соціальними структурами. Сектор подорожей та туризму особливо залежний від змін зовнішніх факторів, урахування політичної і фінансової систем. Подорожі і туризм є однією з найбільших галузей у світі [8, 4], проте є й сильно вразливими, наприклад, перед пандемічними потрясіннями. Значно важливішим є визначення того, як індустрія

гостинності буде відходити від наслідків та які психологічні наслідки є у подорожуючих.

Є дослідження, що присвячено пандемії та її впливові на образ життя й ставлення до подорожей китайського населення, що дозволяє говорити про розуміння взаємозв'язку довготривалих моделей поведінки та туристичних напрямків [16]. Інше дослідження свідчить, що країни, які через наявність привабливої історико-культурної спадщини приймали величезну кількість подорожуючих, на сьогодні знаходяться у економічному колапсі [9]. Всесвітня туристська організація ООН повідомила, що індустрія знаходиться у важкій кризі, оскільки зменшилась кількість міжнародних туристів, втрати країн оцінюються у 300-450 млрд. доларів США [16].

Отже, виокремимо кілька позицій ризиків, що впливають на поведінку подорожуючих, але при правильному плануванні та менеджменті можна досягти пом'якшення негативного ефекту сприйняття (рис. 1).



Рис. 1. Ризики та дії з пом'якшення негативного їх впливу [6, 11, 12, 13, 14, 15, 17]

Багато соціокультурних закладів європейських країн та США почали створювати та надавати доступ до он-лайн екскурсій та он-лайн заходів: прямі трансляції з природних парків, віртуальні музейні та галерейні виставки тощо. Якщо говорити про Україну, по подібні заходи не знайшли великого відгуку, не стали користуватися таким попитом, як у означених регіонах. Український турист

зосередив увагу на напрямках, здебільшого обираючи Туреччину та Єгипет, щодо внутрішнього напрямку у пріоритеті Причорноморський та Карпатський регіони [3]. До України тепер приїжджає більше туристів з арабських країн, оскільки наша країна виявилась цікавою альтернативою з початку для арабських блогерів, потім – потягнулись і їхні підписними [1].

Отже, дослідження показують, що:

- обмеження, викликані пандемією, мали значний вплив на управління ризиками, надання послуг, розробку схем подорожей та відвідування певних місць, що передбачало уникання перенесених пунктів призначення, проведення заходів з підвищення відчуття безпеки та гігієни,

- відбулось збільшення попиту на використання інформаційних технологій, що сприяють безконтактному спілкуванню під час організації подорожей,

- ризики, пов'язані з подорожами обмежили варіанти місць для відвідування, як туристичних об'єктів, так і закладів сфери гостинності;

- поведінка подорожуючих вплинула на імідж приймаючої сторони;

- більша увага подорожуючих спрямована на природні зони рекреації, віддалені регіони, що є менш «розкрученими», перевага під час поселення та харчування надається міні-готелям, приватним будинкам;

- зацікавлення менш відомими маршрутами також сприяє розвитку туристичної інфраструктури, створенню робочих місць, наповненню бюджетів місцевих громад;

- потреба у рекреації, відпочинку та нових враженнях не зникає, а тільки актуалізується.

### **Список використаних джерел:**

1. Арабські туристи заповнили українські курорти: чим їх приваблює Україна та як це використати. Економічна правда. 22.07.2021. URL: <https://goo.su/bEJg>

2. Марценюк, Л., Батмангліч, К. Напрями зниження негативного впливу пандемії корона вірусу на туристичну сферу. Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. 2020. № 3. С. 214-221. URL: <https://goo.su/cv0u>

3. Світлична, В., Тонкошкур, М., Кравцова, С. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. 2020. Вип. 49. С. 213-217. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-36>
4. Chang, C.L., McAleer, M., & Ramos, V. (2020). A charter for sustainable tourism after COVID-19. *Sustainability*, 12(3671); 1-4. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/9/3671#>
5. Elizabeth, A., Adam, I., Dayour, F., & Badu Baiden, F. (2021). Perceived impacts of COVID-19 on risk perceptions, emotions, and travel intentions: evidence from Macau higher educational institutions. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 1–17. URL: <https://goo.su/bIBP>
6. Gretzel, U., Zarezadeh, Z., Li, Y. & Xiang, Z. (2019). The evolution of travel information search research: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 319-323. URL: <https://goo.su/bD5>
7. Hasan, M.K., Ismail, A.R., & Islam, M.F. (2017). Tourist risk perceptions and revisit intention: A critical review of literature. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-21. URL: <https://goo.su/bpy9>
8. ILO (International Labour Organization) (2020). COVID-19 and the Tourism Sector. ILO Sectoral Brief. Retrieved on 10 July 2020, URL: <https://goo.su/brRV>
9. Neubauer, I. (2020). Bali fears for future, as Indonesia's coronavirus cases jump. Retrieved on 12 July 2020, URL: <https://goo.su/bBma>
10. Neuburger, L., & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24(5), 1-14. URL: <https://goo.su/c21i>
11. Parady, G., Taniguchi, A., & Takami, K. (2020). Travel behavior changes during the COVID-19 pandemic in Japan: Analyzing the effects of risk perception and social influence on going-out self-restriction. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, 1-17. URL: <https://goo.su/bKV6>
12. Ray, A., & Bala, P.K. (2021). User generated content for exploring factors affecting intention to use travel and food delivery services. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102730. URL: <https://goo.su/cauV>

13. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321. URL: <https://goo.su/bJgB>
14. Yu, M., Li, Z., Yu, Z., He, J., & Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Current issues in tourism*, 24(1), 1-7. URL: <https://www.jmir.org/2020/5/e18825/>
15. Wang, I.M., & Ackerman, J.M. (2019). The infectiousness of crowds: Crowding experiences are amplified by pathogen threats. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(1), 120-132. URL: <https://goo.su/cefv>
16. Wen, J. & Huang, S. (2019). Chinese tourists visiting volatile destinations: integrating cultural values into motivation-based segmentation. *Journal of China Tourism Research*, 15(4), 520–540. URL: <https://goo.su/bnZC>
17. Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. URL: <https://doi.org/10.1108/TR-03-2020-0110>

## **РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ: НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВЩИНИ**

*Сачек Анна*

студентка II курсу спеціальності

028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

НПУ ім. М.П. Драгоманова

Науковий керівник: к.і.н. Родінова Н.Л.

Туристична індустрія протягом останнього десятиліття демонструє значні зміни у формуванні і розвитку, що відображаються як у позитивних, так і негативних тенденціях. Відкриваються нові підприємства, що надають туристичні послуг, підвищується увага до якісного обслуговування, зростає конкуренція, що також стимулює підвищення якості надаваних послуг. Однак карантинні обмеження