УДК 339.9
DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.78-13

Тимощук О.О.
кандидат юридичних наук,
докторант кафедри математики та економіки
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID: https://orcid.org/0009-0005-6816-3185

Tymoshchuk Oleksandr
Candidate of Law,
Doctoral Student at the Department of Mathematics and Economics
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ СТАБІЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ІСПАНІЇ ПІД ЧАС ТА ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19

INNOVATIVE METHODS FOR STABILIZING THE TOURISM INDUSTRY IN SPAIN DURING AND AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

У статті досліджено інноваційні підходи зменшення негативного впливу пандемії на туризм в Іспанії котрі особливо ефективно сприяли швидкому відновленню галузі, поверненню на показники допандемійного 2019 року та зміцненню щодо майбутніх викликів: по-перше, урядом було введено спеціальні медичні заходи щодо обмеження розповсюдження вірусу; по-друге, запроваджено жорсткі обмеження щодо в'їзду іноземних туристів із одночасним пріоритетним зняттям заборони для громадян цільових ринків іспанського туризму – Великобританії, Франції, Німеччини; по-третє, держава та приватні корпорації забезпечили вдалу рекламну кампанію щодо епідеміологічної безпеки; по-четверте, широко було застосовано технології штучного інтелекту під час та після епідемії в роботі із туристами, аналізом даних та прогнозуванням маркетингових стратегій, особливо в готельній індустрії. Підкреслено, що окрім медичних заходів щодо поширення COVID-19, швидкому відновленню туристичної галузі сприяли чітка орієнтація на цільові ринки, вдала маркетингова кампанія, доступність інформації щодо безпечного перебування в країні, спільна діяльність спеціалізованих органів з регулювання туризму та приватних корпорацій. Доведено, що туристична галузь в Іспанії не лише стабілізувалася після пандемії, а й набула ознак стійкості, в тому числі за рахунок імплементації інноваційних стратегій.

Ключові слова: Іспанія, туризм, COVID-19, інновації, штучний інтелект, середземноморський туризм, відновлення туризму.

The article has tracked the innovative approaches to reduce the negative impact of the pandemic on tourism in Spain, which contributed to the rapid recovery of the industry, returning to the indicators of pre-pandemic 2019 year and strengthening concerning future challenges. Firstly, the government introduced special medical measures to limit the spread of the virus; secondly, strict restrictions on the entry of foreign tourists were introduced with simultaneous priority lifting of the ban for citizens of the target markets – Great Britain, France, Germany; thirdly, the state and private corporations provided a successful advertising campaign about the epidemiological safety; fourthly, artificial intelligence technologies were widely applied during and after the epidemic in working with tourists, analyzing data and forecasting marketing strategies, especially in the hotel industry. In particular examples of digitalization of Spanish tourism at the state and regional levels, the use of artificial intelligence systems, and virtual assistants are analyzed. It is emphasized that the pandemic has radically changed world tourism and approaches to recreation. The overall demand for recreation has not decreased, but the mechanisms for choosing tourist destinations and accommodation facilities have undergone fundamental changes. Epidemiological security, a positive image, maximum presence in the digital environment, the introduction of innovative technologies in the activities of tourism service providers have become mandatory for any tourist destination. It is stated that the main achievements of the consolidation of efforts of business, state and tourist organizations were the preservation of tourism infrastructure, the strengthening of the image of Spain as a safe destination, and the general strengthening of the industry. It has been reported that an effective tourism management system, the introduction of innovations, international PR actions facilitated the recovery of Spanish tourism. It is shown that the tourism industry in Spain not only stabilized after the pandemic but also acquired signs of sustainability, including through the implementation of innovative strategies.

Keywords: Spain, tourism, COVID-19, innovation, artificial intelligence, mediterranean tourism, tourism recovery, sustainable tourism.

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 негативно вплинула на туризм в усьому світі. Міжнародні туристичні потоки скоротилися майже на 70%, що спричинило кризові явища в економіці країн де надходження від туризму складають значну частку ВВП. До початку пандемії Іспанія декілька років поспіль була другою після Франції найвідвідуванішою країною світу, а туризм забезпечував до 12% загального ВВП. Країна має розвинену систему державного регулювання туризму, присутні міжнародні корпорації та готельні ланцюги, вдало позиціонує себе на міжнародному туристичному ринку, в туристичній індустрії застосовуються новітні технології. Враховуючи розвиненість та значення туризму, негативні прояви від зменшення туристичних прибуттів мали особливе значення для іспанської економіки. Дії іспанських урядових, громадських організацій та приватного капіталу щодо стабілізації ситуації були масштабними та багато в чому інноваційними. Як наслідок, туристична галузь в Іспанії стабілізувалася досить швидко, вийшовши на допандемійні показники в 2023 та перевершивши їх в 2024 роках. Іспанія не лише відновила туризм швидше за інших, але й використала негативні прояви пандемії для зміцнення своєї туристичної галузі, зробивши її більш стабільною та захищеною від майбутніх викликів. За час пандемії пройшли апробацію методи боротьби із негативними економічними проявами скорочення кількості іноземних туристів, засоби розміщення навчилися працювати в умовах підвищеної епідеміологічної небезпеки, значно змінилася поведінка туристів, що зумовило адаптацію маркетингових прийомів. Пандемія змінила світ туризму, так само як потребують змін стратегії розвитку туристичного бізнесу та туристичних дестинацій, набуває актуальності досвід впровадження інноваційних технологій найбільш туристично розвинених країн світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досвід стабілізації туризму в Іспанії під час та після пандемії COVID-19 має важливе значення для зміцнення усієї галузі проти майбутніх викликів. Дані проблеми аналізують у своїх працях зарубіжні вчені – Ф. Гонсалес-Реверта, П. Диас-Луке, Х. Мігель Гомес-Лопес [7], Х. Мігель Родригес-Антон [19], Ф. Хесус Санчес-Санчес [20], А. Торрес-Пеналва, Л. Морено-Искьєрдо [21]. Питанням розвитку туристичної сфери Іспанії та пандемії COVID-19 присвячені роботи українських дослідників – Г. Горіної [3], І. Бондарюк, Г. Круль [1], О. Любіцевої, Г. Заваріки [2], О. Юдіної, Г. Богородицької, А. Маленок [4] та інших. Джерельною базою дослідження стали статистичні дані Національного інституту статистики Іспанії (INE) [10–12], звіти Міністерства туризму Іспанії [6], порівняльно-аналітичні дослідження міжурядової Організації економічної співпраці та розвитку (OECD, Франція) [16], щорічні видання «Туристичний барометр» Всесвітньої туристичної організації [22; 23].

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження проблем функціонування іспанського туризму під час та після пандемії COVID-19, методів швидкої стабілізації ситуації, чинників відновлення та зміцнення іспанського туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристична галузь більше за інші постраждала від негативного впливу пандемії, спричиненої вірусами COVID-19 та його різновидами, наочним є зв'язок між інтенсивністю розвитку туризму та розповсюдженням захворювання. Кризові явища, пов'язані із пандемією наочно показали необхідність трансформації туристичної галузі та поступового переходу до сталого туризму як більш захищеного від впливу зовнішніх чинників. Одним із шляхів такого переходу може бути використання інноваційних підходів запроваджених провідними туристичними країнами світу під час та в перші роки після пандемії. В Іспанії туристична галузь є однією з найрозвиненіших в світі, країна відноситься до територій масового туризму сонця та пляжів, тут діють популярні гірськолижні курорти, напрочуд розвинений сектор сільського зеленого туризму. З 2015 по 2019 роки Іспанія знаходилася на першому місці за рівнем туристичної конкурентоспроможності, довгий час обіймала друге після Франції місце за кількістю міжнародних туристичних прибуттів [5, с. 5]. Туристична галузь забезпечує близько 12 % ВВП та майже 13% від загальної кількості робочих місць в Іспанії. Тому ситуація в сфері туризму безпосередньо впливає на економічну стабільність всієї країни, а подолання кризових наслідків перетворюється на питання національної безпеки (табл. 1).

Щорічні дані Національного інституту статистики Іспанії дозволяють простежити зміни кількості туристичних прибуттів під час пандемії та пов'язані з ними показники – внесок туризму до ВВП, кількість зайнятих в галузі тощо. Через карантинні обмеження найгіршим для іспанського туризму став 2020 рік. Порівняно із допандемійним 2019 роком кількість міжнародних туристичних прибуттів скоротилася в 4.4 рази, внутрішніх туристів – в 1.8 раз. Відповідно, найменшими були і надходження від туризму – 6% загального ВВП проти 12.6 відсотків в 2019 році [10]. Починаючи з 2021 року триває відновлення. В 2023 році доходи від туризму повернулися до показників 2019 року, сягнувши відмітки в 184 млрд. євро (12.3% від загального ВВП). Тенденція до збільшення обсягу туристичних потоків та зміцнення галузі продовжується в 2024 році. За даними Інституту статистики та Міністерства туризму Іспанії в 2024 році кількість міжнародних туристів збільшилася на 10%, сягнувши 82,9 млн. осіб за 10 місяців 2024 року [11]. Показники відновлення туризму в Іспанії в цілому

Таблиця 1

Доля туризму у ВВП Іспанії та відсоток зайнятих в туризмі від загальної кількості робочих місць в 2018–2023 рр.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Внесок у ВВП	12.2%	12.6%	6%	7.7%	11.6%	12.3%
Зайнятість в туризмі	12.8%	12.7%	9.3%	8.8%	9.3%	11,6%

Джерело: складено на підставі [10; 12]

випереджають загальносвітовий показник відновлення галузі [22, с. 2]. Що важливо, спостерігається стійке зростання витрат туристів. В 2024 році кожен турист в середньому витрачав 204 євро на день, 1263 євро на місяць (на 8,6% та 7.3% більше ніж в 2023 р.) [15]. Характерно, що зростання витрат випереджає зростання кількості туристів весь післяпандеміний період. Така тенденція відповідає загальносвітової, що спостерігається за даними UNWTO [23]. Збільшення надходжень відбувається здебільшого за рахунок збільшення витрат туристів на обслуговування та плату за житло. При цьому найбільше зменшення (майже 20 %) спостерігається у витратах на туристичні пакети [9]. Тобто зменшення кількості інклюзивних турів та збільшення частки індивідуальних, коли туристи самостійно підбирають собі засоби розміщення, позитивно відбилося на фінансових надходженнях (табл. 2).

Таблиця 2

Зміни витрат іноземних туристів в 2022 році порівняно із 2019 роком

Туристичні пакети	- 19,5%
Розміщення	+ 13.1%
Обслуговування	+ 0.6%
Активності	- 0.3
Міжнародний транспорт	-12.4%

Джерело: складено на підставі [9]

Швидкому відновленню іспанського туризму сприяли загальна стабілізація туристичного ринку, ефективні дії бізнес структур та туристичної адміністрації. Іспанія має розвинену систему управління туристичною галуззю. З 2018 р. питаннями розвитку туризму в країні займається Міністерство промисловості та туризму, в структурі якого створено Державний секретаріат туризму. Основним спеціалізованим органом виконавчої влади з питань туризму є Генеральна дирекція туристичних справ, підконтрольна Державному секретаріату туризму, який координує діяльність трьох національних туристичних організацій: «Туріспанія» (міжнародний маркетинг та популяризація іспанського туризму за кордоном); «Сегітур» (впровадження інновацій в туристичну галузь); «Турзамки-готелі» (керівництво готелями в історичних об'єктах). Діяльність загальнодержавних та регіональних турадміністрацій координує спеціальна Рада з питань туризму. Описані структури під час кризи оперативно розробили та впровадили низку заходів з підтримки туристичної галузі. Карантинні обмеження на в'їзд в Іспанії були досить тривалими. Повний локдаун було запроваджено 14 березня 2020 і тривав він майже 3 місяці. Потім поступово вибірково знімалися обмеження щодо прибуття іноземних громадян із пріоритетом щодо країн, громадяни яких складають левову частку споживачів Іспанського турпродукту – Велика Британія, країни ЄС, США, Австралія, Нова Зеландія та Ізраїль. Три основні ринки іспанського туризму – Великобританія, Франція, Німеччина забезпечують майже половину прибуттів міжнародного туризму, тому такий крок мав позитивний ефект на формування іміджу безпечної туристичної дестинації серед їх мешканців [16, с. 259]. Остаточно усі обмеження щодо в'їзду до країни було знято лише 15 грудня 2022 року, коли було дозволено в'їзд до Іспанії з усіх іноземних країн без пред'явлення довідок про стан здоров'я [18]. А обов'язок носити медичні маски в громадських місцях зберігався до восьмого лютого 2023 року [17]. Задля попередження поширення коронавірусної інфекції Інститутом якості іспанського туризму було розроблено «Заходи щодо скорочення зараження коронавірусною інфекцією» [14]. Цю програму було впроваджено щодо засобів розміщення усіх рівнів – від великих готелів до хостелів та садиб сільського туризму. Звичайно, як член ЄС Іспанія впроваджувала також усі рекомендації Євросоюзу. Добре зарекомендували себе і стабілізаційні економічні важелі. У період максимального скорочення туризму урядом було забезпечено тимчасові робочі місця. Цією можливістю скористалися майже 3,5 млн. працівників. Підприємствам та самозайнятому населенню було надано фінансову допомогу через надання кредитів банківськими установами під держгарантії. Заклади туристичної сфери отримали також податкові пільги у вигляді відстрочки на 6 місяців. Економічні заходи, включали також призупинення виплат по деяких кредитах для підприємств туристичної галузі які постраждали від кризи [3, с. 28].

Окрім державних програм, інноваційні методи боротьби із кризою запроваджували приватні компанії. В Іспанії працюють великі готельні ланцюги, п'ять з яких об'єднують 1146 готелів (близько 274 тис номерів). З них 50 – найбільші в світі за кількістю номерів. Корпорації залучили близько 1,5 млрд. євро на власні заходи для боротьби із кризою, які включали: впровадження санітарних протоколів, сертифікацію безпеки в готелях незалежними медичними установами, лікування при готелях, додаткове очищення, підвищення гігієнічних стандартів, впровадження соціальної дистанції, введення додаткових посад працівників, відповідальних за медичну безпеку, посилення діджиталізації, особливо з розвитку безконтактних сервісів, додатковий кейтеринг. Особлива увага приділялася популярізації та рекламним заходам щодо безпечності перебування в готелях відповідного ланцюга. Рекламні кампанії мали на меті поновити довіру щодо безпечності перебування в готелях. Як наслідок, відсоток туристів які надають перевагу розміщенню у великих готелях залишився майже незмінним, готельним ланцюгам вдалося зберегти лояльність своїх клієнтів. Соціальні дослідження показують, що клієнти не змінили своє ставлення до туризму та пляжних курортів, натомість вони віддають перевагу варіантам відпочинку та дестинаціям де ризик зараження на їхню думку є меншим. В тому числі обирають готелі в яких впроваджені протоколи дій проти зараження та є відповідні висновки міжнародних медичних організацій [7, p. 12].

Метою туристичної політики та програм розвитку Іспанії під час та після пандемії стали не лише відновлення туристичної галузі, а будівництво нової моделі туризму – більш стійкої, диверсифікованої та прибуткової. Заходи відновлення організовано за чотирма основними напрямками: забезпечення стійкості туризму; сприяння цифровізації; підвищення конкурентоспроможності; впровадження програми «Стратегія туристичної стійкості Канарських, Балеарських островів, міст Сеута та Мелілья». Стратегія стійкого туризму передбачає декілька елементів. По-перше, «Зелений перехід», тобто відновлення навколишнього природнього серед-

овища, запровадження сертифікації в туризмі, доступність заповідних територій, імплементація заходів циркуляційної економіки та інвестиції в створення велосипедних та пішохідних маршрутів. По-друге, «Енергетична ефективність – зменшення викидів CO_2, впровадження екологічних технологій та покращення міського середовища. По-третє, цифрова трансформація – цифровізація туристичних послуг, вплив на попит завдяки цифровим технологіям та покращення обізнаності користувачів про туристичні дестинації. По-четверте, трансформація конкурентоспроможності через покращення місцевої туристичної інфраструктури, розвиток та створення нових туристичних продуктів культурного, зеленого, гастрономічного, індустріального туризму та традиційних ремесел. З 2022 року в Іспанії успішно діє програма відновлення історичних будівель. Працівникам туристичного сектору (особливо молоді) доступні спеціалізовані тренінги. Діє «Національний план їжі та вина» який передбачає підтримку гастрономічних та винних дестинацій, навчання, міжнародні рекламні заходи. Гастрономія та вино є основою міжнародних рекламних заходів.

Окремої уваги потребує досвід Іспанії щодо впровадження в туристичній галузі цифрових технологій та штучного інтелекту. В 2020–23 рр. в країні діяла «Національна стратегія штучного інтелекту» (ENIA) із інвестиційним бюджетом більш ніж 600 млн. євро. Одночасно автономні регіони Країна Басків, Валенсія, Галісія реалізовували власні програми імплементації цієї технології. На державному рівні підтримується створення мережі смарт-дестинацій, а на рівні міст – цифрових районів та спільнот. Під час пандемії постало питання дотримання соціальної дистанції та контролю максимально допустимої кількості туристів в готелях, ресторанах, музеях тощо. Для оперативного вирішення цього завдання в Іспанії було успішно застосовано системи відеонагляду у поєднані із технологією ШІ. Зокрема запроваджено систему контролю кількості відвідувачів в громадських місцях та пляжах від компанії Konica Minolta. Система в реальному часі контролює потоки відвідувачів, гарантуючи дотримання необхідної соціальної дистанції та надає широкі додаткові можливості для туристичних підприємств: контроль терміну перебування людини в приміщенні, повідомлення про проникнення до заборонених чи службових зон, швидкість руху по об'єктах та карти що дозволяють аналізувати поведінку відвідувачів. Інноваційність системи полягає в тому, що програмне забезпечення із системою штучного інтелекту може використовувати для аналізу дані штатної системи відеонагляду об'єкту, що значно прискорює інтеграцію та запуск системи та зменшує загальні інвестиційні витрати [13]. Необхідність дотримання соціальної дистанції значно прискорила впровадження безконтактних систем комунікації в туризмі, наприклад віртуальних асистентів (VI), тобто програм, які самостійно працюють із користувачем протягом тривалого часу. Так чат-бот «Carina», розробки стартапу 1MillionBot з Аліканте досі успішно працює із іноземними туристами, відповідаючи в месенджерах на їх запитання стосовно COVID-19 із коефіцієнтом успішності 91.70% [21, p. 118]. Гарним прикладом застосування технології штучного інтелекту в діяльності засобів розміщення є програмне забезпечення «BiOnTrend» – комплексний програмний продукт аналізу даних з використанням технології ШІ для готельєрів, що дозволяє власникам засобів розміщення аналізувати дані про перебування туристів в готелях та дестинаціях. Платформа дозволяє відстежувати поточну та майбутню ситуацію на ринку засобів розміщення, проводити передбачувальний аналіз та спрощує прийняття бізнес рішень. «BiOnTrend» інтегрується з системами бронювання, системою SRM – запису та відстежування дзвінків та замовлень. Окрім управління системою бронювання, надходжень та витрат готелю, програмне забезпечення дозволяє аналізувати де за межами готелю клієнт зробив замовлення, тип подорожуючого, пропозиції конкурентів та їх цінову політику (система автоматично пропонує підвищення або зниження цін на основі аналізу пропозицій конкурентів), надає поради щодо спеціальних пропозицій задля стимулювання попиту [5]. Продукт є власною унікальною розробкою, це результат спільної роботи фірм-виробників інформаційних систем, Асоціації готельних та туристичних підприємств та туристичної адміністрації Валенсії.

Висновки. Питання безпеки завжди було наріжним каменем всієї туристичної галузі. Пандемія докорінно змінила світовий туризм та підходи до організації відпочинку. Не зменшився загальний попит на відпочинок, натомість кардинальних змін зазнали механізми вибору туристичних дестинацій та засобів розміщення. Епідеміологічна безпека перебування, позитивний імідж місця відпочинку, максимальна присутність в цифровому середовищі, запровадження інноваційних технологій в діяльності постачальників туристичних послуг стали обов'язковими для подальшого існування будь-якого туристичного напрямку, про що свідчить позитивний досвід Іспанії. Інноваційні заходи, що було запроваджено в країні для подолання кризи та надання туризму більш стійких рис можна поділити на декілька груп. По-перше, дії щодо попередження розповсюдженню захворювання, по-друге економічна підтримка туристичних підприємств, по-третє, вдала інформаційна кампанія на міжнародному ринку щодо безпечності дестинації, по-п'яте, швидка діджиталізація галузі, запровадження інноваційних технологій. Успіху сприяють ефективна система управління туризмом та впровадження інновацій, постійна державна діяльність із популяризації іспанського туризму на міжнародному рівні, особливо на ринках трьох найбільших інкамінгових країн – Великобританії, Франції, Німеччини. Повернення до рівня та перевищення туристичних показників допандемійного 2019 року свідчить про стабілізацію іспанського туризму та подолання кризових явищ. Головними здобутками консолідації зусиль бізнесу, держави та туристичних організацій стали збереження туристичної інфраструктури, посилення іміджу Іспанії як безпечної дестинації, загальне зміцнення галузі. Неможливо прогнозувати виникнення нових криз на кшталт пандемії COVID-19, але досвід швидкого подолання негативних явищ, запровадження дієвих механізмів стабілізації туристичної сфери, інноваційні методики, актуальне програмне забезпечення має бути використано для зміцнення та розвитку туризму. Метою туристичної політики та впровадження інноваційних заходів в Іспанії після пандемії стали трансформація та модернізація галузі шляхом підвищення її конкурентоздатності та стійкості.

Список використаних джерел:

1. Боднарюк І., Круль Г. Особливості розвитку туристичної сфери Іспанії. *Лóгоσ. Мистецтво наукової думки.* 2019. № 8. С. 169–173.
2. Любіцева О., Заваріка Г. Організація туризму Іспанії в умовах періодичних конфліктів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. № 74. С. 60–65.
3. Горіна Г. та ін. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень / за ред. Г. Горіної. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 135 с.
4. Юдіна О., Богородицька Г., Маленок А. Перспективи присутності Іспанії на туристичному ринку України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. С. 1–5.
5. Biontrend. *Herramienta colaborativa de analítica de datos para hoteles*: website. URL: https://biontrend.com/ (дата звернення: 09.01.2025).
6. Frontur and Egatur data from the INE. *Ministerio de industria y turismo de Espana.* URL: https://www.mintur.gob.es/en-us/gabineteprensa/notasprensa/2024/paginas/frontur-egatur-ine-mayo-2024.aspx (дата звернення: 27.12.2024).
7. González-Reverté F. and Gomis-López J. and Díaz-Luque P. Reset or temporary break? Attitudinal change, risk perception and future travel intention in tourists experiencing the COVID-19 pandemic. *Journal of Tourism Futures.* 2022. P. 1–21. DOI: https://doi.org/10.1108/jtf-03-2021-0079
8. Histórico de noticias. *Servicio Público de Empleo Estatal*. URL: https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/noticias/historico-de-noticias.html (дата звернення: 09.01.2025).
9. Hosteltur. *Noticias de turismo para profesionales y empresas turísticas.* URL: https://www.hosteltur.com/156318_worldhotels-estrena-su-coleccion-crafted-en-espana.html (дата звернення: 09.01.2025).
10. INE. *Instituto Nacional de Estadistica*. URL: http://www.ine.es/en/prensa/cst_2022_en.pdf (дата звернення: 09.01.2025).
11. INE. *Instituto Nacional de Estadística*. URL: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/FRONTUR1024.htm (дата звернення: 09.01.2025).
12. INE. *Instituto Nacional de Estadística.* URL: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/en/CSTE2023.htm (дата звернення: 09.01.2025).
13. Konica minolta lanza un sistema de control de aforo con inteligencia artificial. *Konica minolta*: website. URL: https://www.konicaminolta.es/es-es/noticias/konica-minolta-lanza-un-sistema-de-control-de-aforo-con-inteligencia-artificial (дата звернення: 04.01.2025).
14. Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2. Instituto para la Calidad Turística Española. Madrid, 2020. 26 p. URL: https://www.mintur.gob.es/es-es/COVID-19/GuiasSectorTurismo/Hoteles.pdf (дата звернення: 15.10.2024).
15. Nota de prensa 03.12.2024. *Ministerio de industria y turismo.* URL: http://www.mintur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2024/documents/20241203%20ndp%20frontur%20egatur%20octubre.pdf (дата звернення: 24.12.2024).
16. OECD Tourism Trends and Policies 2024 : report. OECD. Paris, 2024 349 p. DOI: https://doi.org/10.1787/80885d8b-en
17. Real Decreto 65/2023, de 7 de febrero. BOE.es – Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. URL: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-3292 (дата звернення: 09.01.2025).
18. Resolución de 13 de Diciembre de 2022, de la Secretaría de Estado de Seguridad. BOE.es – Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. URL: https://www.boe.es/eli/es/res/2022/12/13/(1)/dof/spa/pdf (дата звернення: 09.01.2025).
19. Rodríguez-Antón J. and Alonso-Almeida M. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: the Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability.* 2020. Vol. 12, № 20. P. 2-17. DOI: https://doi.org/10.3390/su12208599
20. Sánchez-Sánchez F. and Sánchez-Sánchez A. The Impact of COVID-19 Outbreak on Camping Tourism in Spain: a Spatial Approach to Tourist Destinations. *International Journal of Environmental Research*. 2022. Vol. 16, № 5. P. 1–15. DOI: https://doi.org/10.1007/s41742-022-00474-x
21. orres-Penalva A. and Moreno-Izquierdo L. Innovation and AI: An Opportunity for Spanish Tourism in the Post COVID-19 Era. *Tourism and ICTs: Advances in Data Science, Artificial Intelligence and Sustainability* : TURITEC Conference, Málaga, Spain, 19–20 October 2023, Málaga, 2023. P. 113–123. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7_11
22. World Tourism Barometer. 2024. UNWTO. Madrid, 2024. Vol. 22. Is. 2. 7 p.
23. World Tourism Barometer. 2023. UNWTO. Madrid, 2023. Vol. 22. Is. 1. 6 p.

References:

1. Bodnariuk I. and Krul H. (2019), Osoblyvosti rozvytku turystychnoi sfery Ispanii [Features of the development of the tourism sector in Spain]. *Лóгоσ. Mystetstvo naukovoi dumky – The art of scientific thought,* vol. 8, pp. 169–173.
2. Liubitseva O. and Zavarika H. (2019), Orhanizatsiia turyzmu Ispanii v umovakh periodychnykh konfliktiv [Organization of tourism in Spain in conditions of periodic conflicts] *Vìsnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka – Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv,* vol. 74, pp. 60–65.
3. Horina H. (ed.). (2021), Osoblyvosti rozvytku rynku turystychnykh posluh Ukrainy pid vplyvom COVID-19 ta karantynnykh obmezhen [Peculiarities of the development of the Ukrainian tourism services market under the influence of COVID-19 and quarantine restrictions]. Kryvyi Rih: Vydavnytstvo "DonNUET", 135 p. (in Ukrainian)
4. Yudina O. and Bohorodytska H. and Malenok A. (2022), Perspektyvy prysutnosti Ispanii na turystychnomu rynku Ukrainy [Prospects for Spain's presence in the Ukrainian tourism market]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society,* vol. 43, pp. 1–5. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-65
5. Biontrend. Herramienta colaborativa de analítica de datos para hoteles. Available at: https://biontrend.com/ (accessed January 9, 2025).
6. Ministerio de industria y turismo de Espana. (2024), Frontur and Egatur data from the INE. Available at: https://www.mintur.gob.es/en-us/gabineteprensa/notasprensa/2024/paginas/frontur-egatur-ine-mayo-2024.aspx (accessed January 2, 2025).
7. González-Reverté F. and Gomis-López J. and Díaz-Luque P. (2022), Reset or temporary break? Attitudinal change, risk perception and future travel intention in tourists experiencing the COVID-19 pandemic. *Journal of Tourism Futures,* pp. 1–21. DOI: https://doi.org/10.1108/jtf-03-2021-0079

8. Servicio Público de Empleo Estatal (2022), *Histórico de noticias*. Available at: https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/noticias/historico-de-noticias.html (accessed December 20, 2024).

9. Hosteltur (2023), *Noticias de turismo para profesionales y empresas turísticas.* Available at: https://www.hosteltur.com/156318_worldhotels-estrena-su-coleccion-crafted-en-espana.html (accessed January 29, 2025).

10. INE. *Instituto Nacional de Estadistica*. Available at: http://www.ine.es/en/prensa/cst_2022_en.pdf (accessed December 22, 2024).

11. INE. *Instituto Nacional de Estadística*. Available at: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/FRONTUR1024.htm (accessed December 23, 2024).

12. INE. *Instituto Nacional de Estadística.* Available at: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/en/CSTE2023.htm (accessed December 24, 2024).

13. Konica minolta (2020), *Konica minolta lanza un sistema de control de aforo con inteligencia artificial.* Available at: https://www.konicaminolta.es/es-es/noticias/konica-minolta-lanza-un-sistema-de-control-de-aforo-con-inteligencia-artificial (accessed December 14, 2024).

14. Instituto para la Calidad Turística Española (2020), *Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2,* Madrid. Available at: https://www.mintur.gob.es/es-es/COVID-19/GuiasSectorTurismo/Hoteles.pdf (accessed December 17, 2024).

15. Ministerio de industria y turismo (2024), *Nota de prensa 03.12.2024*. Available at: http://www.mintur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2024/documents/20241203%20ndp%20frontur%20egatur%20octubre.pdf (accessed December 18, 2024).

16. OECD (2024), *Tourism Trends and Policies*. Paris,. DOI: https://doi.org/10.1787/80885d8b-en.

17. Agencia Estatal BOE (2023), *Real Decreto 65/2023, de 7 de febrero*. Available at: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-3292 (accessed December 18, 2024).

18. Agencia Estatal BOE (2023), *Resolución de 13 de diciembre de 2022, de la Secretaría de Estado de Seguridad*. URL: Available at: https://www.boe.es/eli/es/res/2022/12/13/(1)/dof/spa/pdf (accessed December 18, 2024).

19. Rodríguez-Antón J. and Alonso-Almeida M. (2020), COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: the Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability,* vol. 12, no. 20. pp. 2–17. DOI: https://doi.org/10.3390/su12208599.

20. Sánchez-Sánchez F. and Sánchez-Sánchez A. (2022), The Impact of COVID-19 Outbreak on Camping Tourism in Spain: a Spatial Approach to Tourist Destinations. *International Journal of Environmental Research*, vol. 16, no. 5. pp. 1–15. DOI: https://doi.org/10.1007/s41742-022-00474-x

21. Torres-Penalva A. and Moreno-Izquierdo L. (October 19–20, 2023), Innovation and AI: An Opportunity for Spanish Tourism in the Post COVID-19 Era. *Tourism and ICTs: Advances in Data Science, Artificial Intelligence and Sustainability*: TURITEC Conference, Málaga, Spain, pp. 113–123. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7_11

22. UNWTO (2024), *World Tourism Barometer*, vol. 22 is. 2, Madrid, Spain.

23. UNWTO (2023), *World Tourism Barometer*, vol. 22 is 1, Madrid, Spain.