

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ВПЛИВ COVID-19 НА РИНОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**  
**на матеріалах Асоціації «Український національний комітет Міжнародної**  
**Торгової Палати (ICC Ukraine)», м. Київ**

Студента 2 курсу ОС «магістр»,  
1м групи, спеціальності 051  
«Економіка» спеціалізації  
«Міжнародна економіка»

\_\_\_\_\_

*підпис*

Переклада  
Олексія  
Євгеновича

Науковий керівник  
канд. екон. наук,  
доцент кафедри  
світової економіки

\_\_\_\_\_

*підпис*

Ладиченко  
Катерина  
Іллівна

Гарант освітньої  
програми  
науковий ступінь  
вчене звання

\_\_\_\_\_

*підпис*

Кудирко  
Людмила  
Петрівна

**Київ 2021**

## АНОТАЦІЯ

Переклад О. Вплив covid-19 на ринок міжнародного туризму (на матеріалах Асоціації «Український національний комітет Міжнародної Торгової Палати (ICC Ukraine)», м. Київ.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена актуальній проблемі дослідження стану та відновлення туристичної галузі в період пандемії.

У роботі розглянуто особливості туристичної галузі та її статистики; розглянуто розвиток ринку міжнародного туризму протягом останніх п'яти років; проаналізовано спричинені COVID-19 кризові явища в туризмі та вивчено їх наслідки у світі та в Україні. Виявлено заходи, які здійснюються в процесі стабілізації ситуації в індустрії та тенденції, сформовані внаслідок поширення пандемії. На основі аналізу надано рекомендації та прогнози щодо відновлення туристичної галузі.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні послуги, COVID-19, світовий ринок туризму, екотуризм, диверсифікація міжнародного туристичного продукту.

## SUMMARY

Pereklad O. Impact of COVID-19 on the international tourism industry.

The final qualifying paper is devoted to the topical problem of studying the state and recovery of the tourism industry during the pandemic.

The paper considers the features of the tourism industry and its statistics; the development of the international tourism market during the last five years is considered; the crisis phenomena caused by COVID-19 in tourism are analyzed and their consequences in the world and in Ukraine are studied. The measures taken in the process of stabilizing the situation in the industry and the trends formed as a result of the pandemic have been identified. Based on the analysis, recommendations and forecasts for the recovery of the tourism industry are provided.

Key words: international tourism, tourist services, COVID-19, world tourism market, ecotourism, diversification of international tourist product

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....</b>	<b>5</b>
1.1. Порівняльний аналіз новітніх підходів вітчизняних та зарубіжних науковців щодо проблематики міжнародного туризму.....	5
1.2. Аналіз світового ринку туристичних послуг.....	10
Висновки до розділу 1.....	17
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПОСЛУГАМИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ COVID-19.....</b>	<b>19</b>
2.1. Оцінка факторів впливу зовнішнього середовища на динаміку та структуру зовнішньої торгівлі туристичними послугами України.....	19
2.2. Механізми протидії наслідкам пандемії COVID-19 на ринку міжнародного туризму України та оцінка їх ефективності.....	25
Висновки до розділу 2.....	31
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ПАНДЕМІЇ.....</b>	<b>34</b>
3.1. Пріоритетні напрямки відновлення міжнародного туризму після пандемії COVID-19.....	34
3.2. Обґрунтування напрямів диверсифікації зовнішньої торгівлі туристичними послугами та прогнозна оцінка їх ефективності.....	42
Висновки до розділу 3.....	46
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>48</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>50</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>.....</b>

## ВСТУП

Сучасний етап розвитку світових економічних відносин характеризується суттєвими структурними змінами. Туризм все частіше стає одним з найважливіших показників соціально-економічного розвитку, як певних регіонів так і окремих країн загалом, безпосередньо впливаючи на ключові сектори економіки. Але у зв'язку із поширенням коронавірусу туристична індустрія постала перед кризою, яка може виявитися найгіршою в історії світової економіки. Доведено, що під час пандемії, спричиненої COVID-19, саме туризм постраждав найбільше серед усіх секторів економіки, зокрема, через обмежувальні заходи, які запроваджують держави на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень тощо. З'ясовано, що згідно прогнозів ЮНВТО у 2020 р. кількість міжнародних туристів через пандемію коронавірусу скоротилася на 20-30 %, порівняно з показниками 2019 року. Очікуване 20-30 % падіння призвело до зниження надходжень від міжнародного туризму на 300-450 млрд дол, що становить майже третину від 1,5 трлн дол, отриманих у 2019 р.. З огляду на минулі ринкові тенденції, це означатиме втрату від 5 до 7 років зростання. Разом з тим, ЮНВТО підкреслює історичну стійкість туризму та спроможність створювати робочі місця після кризових ситуацій, а також підкреслюючи важливість міжнародного співробітництва та забезпечення того, щоб цей сектор став центральною частиною зусиль щодо відновлення [29].

Науковими дослідженнями сутності та проблем розвитку туристичної галузі займалися ціла низка зарубіжних та вітчизняних вчені, зокрема в роботах таких вітчизняних дослідників А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко, Т. І. Ткаченко, М. Ф. Кравченко, М. Бондаренко, О. Вуйцик, В. Герасименко, В. Єрмаченко, М. Колосінська, Л. Коржилов, Д. Соловійов, В. Шиманська та зарубіжних учених Луї Д'Аморе, Томас Л. Бартон, С. Каспар, Б. Рітчі, В. Хунцикер, Уільям Г. Шенкир розкривалися проблеми розвитку міжнародного туризму в світі в умовах пандемії, аналіз стану міжнародного туризму, проблеми економічної кризи в сфері туризму, основні засади розвитку міжнародного туризму, основні характерні ознаки сучасного світового туристичного ринку,

вплив туризму на економіку країн тощо. В той же час, сучасні виклики та зміни у світовій економіці, викликані й зокрема пандемією, загострили потребу в проведенні актуальних досліджень у туристичній сфері.

Метою даної роботи є визначити напрями впливу кризових явищ, спричинених пандемією COVID-19, на ринок міжнародного туризму, їх наслідки для вітчизняного ринку та надати практичні пропозиції для мінімалізації рівня негативного впливу на економіку туристичної галузі.

У роботі поставлені наступні завдання дослідження:

- дослідити теоретичні аспекти новітніх підходів вітчизняних та зарубіжних науковців щодо проблематики міжнародного туризму;
- провести аналіз світового ринку міжнародного туризму;
- дати оцінку факторів впливу зовнішнього середовища на динаміку та структуру зовнішньої торгівлі туристичними послугами України;
- розглянути механізми протидії наслідкам пандемії COVID-19 на ринку міжнародного туризму України.

Об'єктом дослідження виступає соціально-економічні відносини на ринку міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади впливу кризових явищ, зокрема пандемії COVID-19, на ринок міжнародного туризму.

Апробація результатів дослідження. Переклад О. Вплив COVID-19 на ринок міжнародного туризму. *Modern Relationships in the World Economy*: зб. наук. ст. студ. /відп. ред. Г.В. Дугінець. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 25-31.

У даній випускній кваліфікаційній роботі використовуються методи дедукції та індукції, аналізу, синтезу, системного підходу, PEST аналізу, а також статистичні методи досліджень.

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, 13 таблиць, 8 рисунків, 2 додатків, списку використаної літератури із 56 джерел. Загальний обсяг роботи становить 59 сторінок.

## РОЗДІЛ 1

### СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

#### 1.1. Порівняльний аналіз новітніх підходів вітчизняних та зарубіжних науковців щодо проблематики міжнародного туризму

З кожним роком об'єм міжнародного туристичного потоку невпинно зростає, відкриваються нові напрямки та види туристичних продуктів, цим самим залучаючи все більше суб'єктів господарювання певної країни до забезпечення відповідного рівня надання туристичних послуг. Це відбивається у створенні нових робочих місць, цим самим збільшуючи внесок до ВВП країни-реципієнта туристів. У багатьох країнах сфера міжнародного туризму стає одним із вагомих чинників, від якого залежить зростання економіки, забезпечення позитивного іміджу країни на світовій арені, зростання конкурентоспроможності на світовому ринку, а також покращення добробуту населення. Поруч із цим розвиток сфери туризму позитивно впливає на піднесення у тих секторах економіки, які відіграють важливу роль у формуванні та підтримці інфраструктури туризму (готельно-ресторанне господарство, харчова промисловість, транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, інформаційно-комунікаційна сфера та ін.). У деяких країнах галузь туризму є ключовим або навіть єдиним джерелом створення доходу, джерелом валютних надходжень та основним компонентом соціально-економічного розвитку. Усі ці чинники зумовлюють актуальність обраної тематики дослідження [36].

Для ґрунтовнішого вивчення суті міжнародного туризму доцільним буде спочатку проаналізувати дефініцію поняття «туризм». Деякі трактування систематизовано у додатку А. Отже, як бачимо, з огляду на широковекторність туризму, визначення даного поняття є доволі варіативним, позаяк туризм є одночасно і видом діяльності, і формою рекреації, і галуззю національної економіки, і способом проведення дозвілля, і, крім того, мистецтвом, наукою та бізнесом.

Коли говорять про міжнародний туризм, мають на увазі в'їзний туризм (подорожі в межах країни осіб, що постійно не проживають на її території) та виїзний туризм (подорожі осіб, що постійно проживають у певній країні, за її межі) [36]. Деякі трактування поняття «міжнародний туризм» наведено нижче у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

### Підходи до визначення поняття «міжнародний туризм»

Автор	Сутність визначення
ООН	поїздки з туристичними цілями за межі країни постійного проживання
Закон України «Про туризм»	тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає
Е. Тамм	поїздки в зарубіжні країни з туристичною метою терміном не меншим 24 години і, зазвичай, не більшим за 6 місяців
Ю. Правик	як систематизовану та цілеспрямовану діяльність підприємства сфери туризму, пов'язану з наданням туристичних послуг і туристичного продукту іноземним туристам на території своєї країни (в'їзний туризм) та наданням туристичних послуг і туристичного продукту за кордоном (виїзний туризм)
В. Квартальнов	система подорожей, що їх здійснюють на основі міждержавних угод із урахуванням міжнародних звичаїв
Парфіненко А. Ю.	індустрія або галузь економіки, яку утворює система сервісних підприємств, передусім, засобів розміщення та об'єктів харчування, закладів розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого та ін. призначення, туроператорів та турагентів, екскурсійних бюро, а також виробничих, транспортних, торгових підприємств, призначених для задоволення попиту на туристичні товари і послуги.

Джерело: складено автором на основі [15, 29, 35].

Міжнародні туристичні операції – широко поширений в сучасних умовах вид діяльності, спрямованої на надання туристичних послуг різного роду та товарів туристського попиту з метою задоволення широкого кола культурних та духовних потреб кожного туриста.

Міжнародні операції з туризму мають певні характерні ознаки у зв'язку з тим, що міжнародний туризм передбачає переміщення споживачів туристичних послуг, тобто туристів. Зокрема, до них належать особливості розрахунку

прибутку – його розраховують як різницю між надходженнями від туризму (витрати міжнародних відвідувачів, що в'їжджають, включаючи їхні платежі національним перевізникам за міжнародний транспорт) та міжнародними туристичними витратами (витрати відвідувачів, що виїжджають в інші країни, включаючи їхні платежі національним (іноземним) перевізникам за міжнародні перевезення).

Туристична діяльність є доволі прибутковою як для держав, так і для учасників цього ринку, тобто туристичних фірм та туроператорів (термін окупності 2-4 роки, витрати на створення робочого місця в 20 разів нижчі, ніж у промисловості). Важливо врахувати, що туристичні послуги не вичерпуються, відтворюються безперервно, постійно удосконалюються, реалізуються за готівку у твердій валюті.

Міжнародний туризм є джерелом надходження валюти. Однак, поряд зі зростанням надходжень можливий і відтік валюти. Туристи з розвинених країн демонструють товари кращої якості, що виступає «живою рекламою» та провокує імпорт. Також приплив валюти може спричинити так звану «імпортовану інфляцію» або підвищення цін на внутрішньому ринку, що є наслідком надмірного припливу іноземної валюти [19]. Також туризм є досить мінливою сферою економіки, адже вона залежить від політичної, економічної ситуації, від моди та реклами тощо, і, як наслідок, характеризується постійними коливаннями попиту та пропозиції послуг. Особливо очевидним це стало на фоні пандемії Covid-19, коли ринок туристичних послуг майже перестав функціонувати, спочатку через офіційні державні обмеження, пізніше-через сукупність соціальних причин – переважаючі песимістичні настрої та побоювання у суспільстві, через що у пріоритеті є закриття базових потреб, подорожі ж відходять на задній план; складнощі з документами, необхідними для перетину кордону, побоюваннями за своє здоров'я тощо.

Світова криза, спричинена пандемією COVID-19, кардинально змінила туристичну галузь у всьому світі. Тож формується необхідність переглянути підходи до організації роботи в туристичній галузі, зокрема важливим фактором



стане спосіб комунікації зі споживачами та маркетингові стратегії. Можна припустити, що переважна більшість удосконалень в організації туристичного бізнесу будуть засновані на організації віртуальних рішень та віддаленої роботи, а також на освітніх програмах, які в багатьох країнах залишаться в мережі після кризи.

Види зовнішньоекономічних операцій з туризму, що фіксуються в договорах на туристичне обслуговування і пропонуються на ринку, є досить різноманітні [19]:

- операції з розміщення (у готелях, мотелях, пансіонатах, кемпінгах);
- операції з забезпечення харчуванням (в ресторанах, кафе, барах, пансіонатах);
- операції з переміщення до країни призначення і по країні різними видами пасажирського транспорту;
- операції, спрямовані на задоволення ділових інтересів туристів (участь в симпозиумах, наукових конференціях, ярмарках і виставках);
- операції, спрямовані на задоволення культурних потреб туристів (відвідування театрів, концертних залів, музеїв, картинних галерей, заповідників, пам'яток, фестивалів, спортивних змагань);
- операції з оформлення договорів;
- операції торгових підприємств (продаж подарунків, сувенірів, листівок);
- операції з проведення розрахунків;
- операції з оформлення документації (паспорта, візи та ін.)

Через таке різноманіття можуть виникати складнощі з підрахунком та веденням статистики міжнародних туристичних операцій.

Світове співтовариство в 80-х рр. ХХ ст. почало повною мірою усвідомлювати значення туризму і його взаємозв'язок з іншими складовими соціально-економічної діяльності. Відповідно до запропонованої UNWTO класифікації за метою подорожей, облік міжнародних відвідувачів ведеться за такими основними групами [25]:

#### 1. Особисті подорожі

- 1.1. Свята, дозвілля та відпочинок
- 1.2. Відвідування друзів та родичів
- 1.3. Освіта і навчання
- 1.4. Охорона здоров'я та медична допомога
- 1.5. Релігія/паломництва
- 1.6. Покупки
- 1.7. Транзит
- 1.8. Інший
2. Ділові та професійні подорожі

Одним із важливих понять у статистиці міжнародного туризму є «міжнародний відвідувач» — будь-яка особа, яка подорожує в країну, що не є країною її звичного місця проживання, і перебуває поза межами свого звичного середовища протягом терміну, що не перевищує 12 місяців, головною метою поїздки при цьому не є заняття оплачуваною діяльністю з джерел у відвідуваній країні.

Тож здійснюється підрахунок фізичних (кількісних) показників в'їзного і виїзного туризму в масштабі окремих країн, регіонів і світу, а саме [30]:

- кількості прийнятих міжнародних відвідувачів, у тому числі міжнародних туристів і одноденних відвідувачів, разом й окремо за країнами виїзду, сезонами подорожі, метою подорожі;
- кількості міжнародних туристів, які виїхали, й одноденних відвідувачів, разом й окремо за країнами і сезонами.

Щодо статистики туристичних витрат, як уже було згадано вище, Туристичні витрати — це загальна сума споживчих витрат відвідувача чи уповноваженої ним будь-якої іншої особи при підготовці й під час поїздки, а також під час перебування в пункті призначення. В основу концепції туристичних витрат покладено низку запропонованих UNWTO принципів [30]:

- обліку підлягають тільки ті витрати туристів і екскурсантів, які здійснюють вплив на економіку;

— витрати відвідувача визначаються вартістю товарів і послуг, які він отримує для задоволення своїх потреб.

— обсяг туристичних витрат рекомендується встановлювати за фактичними витратами на товари і послуги з урахуванням чинних знижок і надбавок, чайових та інших витрат незалежно від форми їхньої оплати — готівкою, дорожніми чеками, кредитними картками чи іншим способом.

Для оцінки поточних і планових майбутніх грошових, у тому числі валютних, надходжень і витрат у міжнародному туризмі використовуються такі вартісні показники [30]:

— сума грошових, у тому числі валютних, надходжень від в'їзного туризму - загалом за рік, а також окремо за країнами і місяцями;

— сума грошових, у тому числі валютних, витрат на виїзний туризм — загалом за рік, а також окремо за країнами та місяцями;

— сума сальдо (негативного чи позитивного) туристичного платіжного балансу;

— середні доходи/витрати на одного туриста, на один туродень.

Тож міжнародний туризм загалом можна охарактеризувати як переміщення за межі країни постійного проживання з туристичними цілями. Складнощі його оцінки стосуються його багатогранною сутністю, адже це поняття вміщає в себе декілька різних сфер діяльності, які потребують оцінки. В результаті аналізу літератури було виявлено, що недостатньо висвітлені нові підходи до ринку міжнародних туристичних послуг, але широко окреслені наслідки пандемії. З огляду на те, що у XXI ст. туризм займає ключові позиції у формуванні економіки кожної окремої країни (і світової економіки загалом), важливо розглядати проблематику туризму з цього аспекту.

## **1.2. Аналіз світового ринку туристичних послуг**

Міжнародна практика свідчить що, на сучасному етапі розвитку економічних систем, туризм є однією із найбільш динамічних сфер економіки. Темпи його зростання помітно перевищують темпи зростання інших галузей

світового господарства. Туризм як сектор економіки сприяє активному подоланню диспропорцій економічно-соціального розвитку окремих регіонів, господарської й соціодемографічної депресивності, поживляє традиційні господарські промисли місцевого населення, інтегрує місцеве господарство у світову економічну систему тощо.

Аналізуючи активний розвиток туризму протягом останнього десятиліття, науковці висували припущення, що з огляду на такий потужний розвиток, закономірно галузь чекає несприятливий період. На думку вчених до цього могли призвести такі чинники, як: нестабільність світової фінансової системи, масштабні стихійні лиха (які трапляються все частіше через наслідки глобального потепління), зростання ризиків активізації міжнародного тероризму та спалахи досі не відомих вірусних хвороб. Відтак, їхні прогнози частково справдилися, позаяк викликана пандемією COVID-19 туристична криза негативно відбилася й на загальному стані світової економіки.

Через обмеження на пересування, запроваджені внаслідок поширення пандемії COVID-19, світовий туризм як один із секторів всесвітньої економіки, постраждав найбільше. Особливо обтяжливими стали обмеження для авіаційної галузі. Пандемія COVID-19 — це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ із часів Другої світової війни [24]. За даними фахівців, темпи падіння міжнародного туризму у 2020 р. є безпрецедентними. Для порівняння, у 2003 внаслідок епідемії SARS міжнародний туризм впав на -0,4 пункти, у 2009 внаслідок світової економічної кризи - на -4. В Україні падіння туризму міжнародного туризму у 2019 р. сягнуло позначки у -73,9. Водночас слід зауважити, що 2009 року на тлі глобальної економічної кризи міжнародні туристичні потоки скоротилися на 4%, тоді як спалах атипової пневмонії 2003 року призвів до зниження лише на 0,4% [47].

З метою аналізу сфери міжнародного туризму розглянемо надходження від туристичних потоків та кількість приїжджих за останнє десятиліття (рис. 1.1)

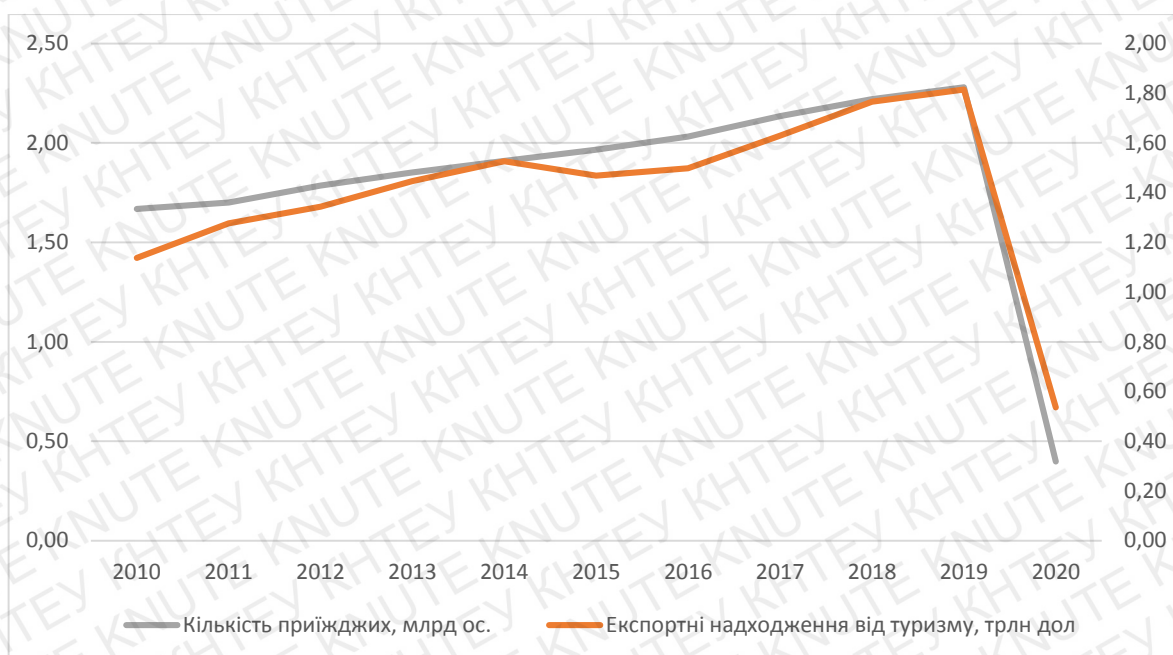


Рис. 1.1. Світові експортні надходження від туризму (трлн дол.) та світова кількість приїжджих у міжнародному туризмі, млрд. ос. [27]

Згідно рис. 1.1 до 2020 року спостерігається тенденція до зростання експортної виручки, а у 2020 р. туристична галузь втратила близько 1,3 трлн дол. експортної виручки. У 2020 р. через пандемію 100% усіх міжнародних дестинацій ввели обмеження на в'їзд. Також у 2020 р. спостерігаємо падіння кількості приїжджих. Розглянемо також темпи приросту загальної кількості прибуттів за останнє десятиліття (табл. 1.3 та рис. 1.2 )

Таблиця 1.2

**Динаміка кількості туристів у світі у 2010-2020 рр., млрд осіб**

Роки	Кількість туристів, млрд ос.	Темп приросту, %	Абсолютна зміна, млрд дол.
2010	1,67	-	-
2011	1,70	1,98	0,03
2012	1,79	4,94	0,08
2013	1,85	3,75	0,07
2014	1,91	3,08	0,06
2015	1,97	2,99	0,06
2016	2,03	3,36	0,07
2017	2,14	5,07	0,10
2018	2,22	4,03	0,09
2019	2,28	2,66	0,06
2020	0,40	-82,54	-1,88

Джерело: складено автором на основі [40]

Тож найвищі темпи приросту подорожуючих були у 2012 (4,95%) та у 2017 (5,07%). Натомість можемо спостерігати різке падіння кількості прибувчих з 2,28 млрд до 0,40 млрд осіб (на 82,54%).

Далі розглянемо регіональну структуру кількості подорожуючих у 2010 та 2020 (рис. 1.2) рр..

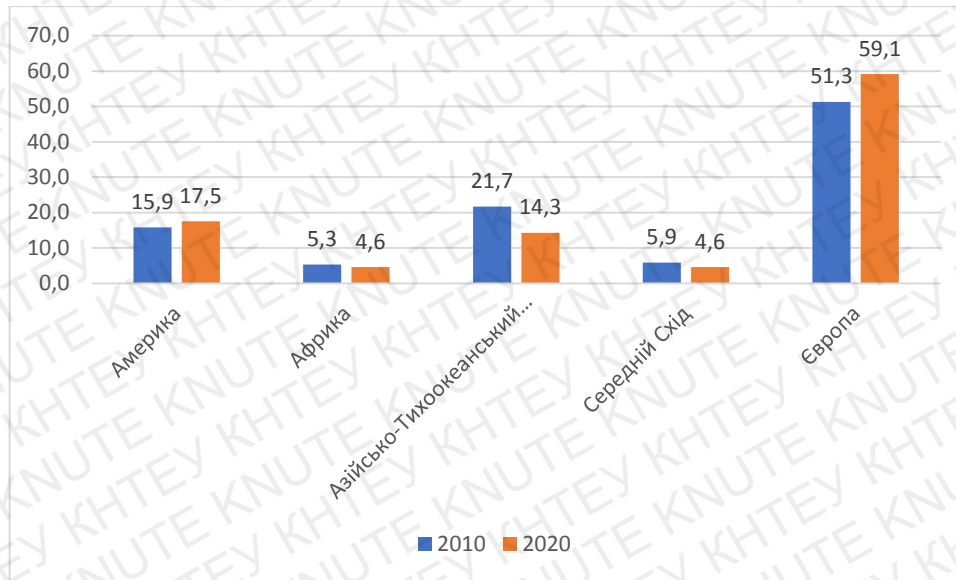


Рис. 1.2. Регіональна структура кількості подорожуючих у 2010 та 2020 р. р.,% [складено автором на основі [40]]

Тож можемо зробити висновок, що Європа була за залишається найбільш привабливим регіоном для туристів, спостерігається збільшення його частки майже на 8%. Другим за популярність був Азійсько-Тихоокеанський регіон (21,7% у 2010 р.), але у 2020 р. його місце зайняла Америка (17,5% у 2020 р.). Найменш відвідуваними були та залишились Африка та країни Середнього Сходу.

В табл. 1.3 розглянуті також найбільш популярні серед туристів країни. Тож можемо бачити, що країни лідери зберегли свої позиції, лише змінилась частка приїжджих у кожену країну по відношенню до загальної кількості. Так, до країн, що прийняли найбільше туристів у 2019 р., відносять США, Китай, Іспанію, Мексику та Італію. Дані за 2020 рік не публікуються у зв'язку з можливими неточностями розрахунків через масове закриття кордонів.

Таблиця 1.3

## Топ 10 країн за кількістю відвідувачів у 2015 та 2019 р. \*

Країни	2015р.		2019р.	
	Кількість туристів, млн ос.	У % до загальної кількості	Кількість приїжджих, млн ос.	У % до загальної кількості
Франція	203,3	10,34	-	-
США	176,86	9,00	166,01	7,28
Китай	133,82	6,81	162,54	7,13
Іспанія	109,83	5,59	126,17	5,53
Мексика	87,13	4,43	97,41	4,27
Італія	81,07	4,12	95,40	4,18
Польща	77,74	3,95	88,52	3,88
Гонконг	59,31	3,02	55,91	2,45
Хорватія	55,86	2,84	60,02	2,63
Угорщина	48,43	2,46	61,4	2,69

Джерело: складено автором на основі [40]

\*Статистичні дані Франції відсутні за 2019 рік

Далі у табл. 1.4 розглянемо динаміку експорту та імпорту туристичних послуг у 2015-2020 рр..

Таблиця 1.4

## Динаміка експорту та імпорту туристичних послуг у 2015-2020 рр.

Роки	Експорт туристичних послуг (надходження), трлн дол	Темп приросту, %	Імпорт туристичних послуг (витрати), трлн дол	Темп приросту, %
2015	1,47	-	1,25	-
2016	1,50	1,97	1,26	0,80
2017	1,63	8,81	1,39	10,32
2018	1,77	8,34	1,49	7,19
2019	1,82	2,77	1,55	4,03
2020	0,54	-70,47	0,54	-65,16

Джерело: складено автором на основі [27]

Тож можемо зробити висновок, що найбільший приріст експорту та імпорту туристичних послуг спостерігався у 2017 р., натомість у 2020 р. бачимо падіння на 70,5% та 65,1% відповідно.

У табл. 1.5 наведені найбільші країни експортери та імпортери туристичних послуг у 2019-2020 рр..

Таблиця 1.5

**Найбільші країни експортери та імпортери туристичних послуг у 2019-2020 рр.**

Найбільші країни-експортери, млрд дол.				Найбільші країни-імпортери			
Країни	2019	2020	Темп приросту, %	Країни	2019	2020	Темп приросту, %
США	193,3	76,2	-60,6	Китай	254,6	130,6	-48,7
Іспанія	79,7	18,1	-77,3	США	134,6	39,3	-70,8
Франція	63,8	32,2	-49,6	Німеччина	93,2	40,2	-56,9
Тайланд	59,8	14,2	-76,2	Великобританія	71,9	21,6	-70
Великобританія	52,7	18,9	-64,2	Франція	51,7	27,4	-47

Джерело: складено автором на основі [40]

Тож можемо бачити, що лідером за експортом туристичних послуг були США (193,3 млрд дол. у 2019 р.) та у 2020 р. було зафіксовано падіння обсягу експорту на 60,6%. Найбільше падіння серед лідерів було зафіксоване в Іспанії – 77,3%. Лідером-імпортером є Китай, у 2020 р. зафіксовано падіння рівня імпорту на 48,7%, найбільше падіння у США – 70,8%.

Частку кожної з країн лідерів з експорту туристичних послуг можемо бачити в табл. 1.6.

Таблиця 1.6

**Найбільші країни експортери туристичних послуг у 2019-2020 рр. – частка у загальному експорті**

Найбільші країни-експортери, млрд дол.				
Країни	2019	Частка у загальному експорті, %	2020	Частка у загальному експорті, %
США	193,3	10,7	76,2	14,2
Іспанія	79,7	4,4	18,1	3,4
Франція	63,8	3,5	32,2	6,0
Тайланд	59,8	3,3	14,2	2,7
Великобританія	52,7	2,9	18,9	3,5

Джерело: складено автором на основі [40]

Тож частка США у світовому експорті туристичних послуг складала 10,7% у 2019 р., та зросла до 14,2% у 2020 р.. Це може бути спричинено швидким реагуванням уряду та бізнесу в США на пандемію та вжитими заходами щодо



повернення до допандемічного рівня. Знизилась частка Іспанії та Тайланду у світовому експорті, натомість зросла частка Франції та Великобританії.

Далі розглянемо частки найбільших імпортерів туристичних послуг (див. табл. 1.7)

Таблиця 1.7

**Найбільші країни імпортери туристичних послуг у 2019-2020 рр. – частка у загальному імпорті**

Найбільші країни-імпортери				
Країни	2019	Частка у загальному імпорті, %	2020	Частка у загальному імпорті, %
Китай	254,6	16,4	130,6	24,4
США	134,6	8,7	39,3	7,3
Німеччина	93,2	6,0	40,2	7,5
Великобританія	71,9	4,6	21,6	4,0
Франція	51,7	3,3	27,4	5,1

Джерело: складено автором на основі [40]

Тож частка найбільшого імпортера туристичних послуг Китаю зросла із 16,4% до 24,4% у 2020 р.. Зросла також частка Німеччини та Франції. Натомість частка США та Великобританії зменшилась.

У табл. 1.8 розглянемо показники експорту та імпорту на душу населення.

Таблиця 1.8

**Експорт та імпорт на душу населення найбільших імпортерів та експортерів туристичних послуг у 2019-2020 рр.**

Експорт на душу населення (дол./ос.)			Імпорт на душу населення (дол./ос.)		
	2019	2020		2019	2020
США	588,8	231,1	Китай	182,1	93,2
Іспанія	1691,1	382,1	США	410,0	119,2
Франція	948,7	477,2	Німеччина	1121,7	482,6
Тайланд	858,8	203,9	Великобританія	1075,7	320,9
Великобританія	788,5	280,7	Франція	768,8	406,6

Джерело: складено автором на основі [40]

Щодо показника експорту на душу населення серед найбільших країн-експортерів туристичних послуг у 2019 р. лідерство мала Іспанія – 1691 дол./ос., у 2020 р. її показник знизився до 382,1 дол./ос. Лідером у 2020 р. стала Франція

– 477,2 дол./ос. Щодо імпорту, лідером у 2019 та 2020 рр. була Німеччина – 1121,7 та 482,6 дол./ос. відповідно.

### **Висновки до розділу 1**

Визначено, що туристична галузь є одним із чинників, від якого залежить зростання економіки, забезпечення позитивного іміджу країни на світовій арені, зростання конкурентоспроможності тощо, а для деяких країн ця сфера є ключовою у формуванні ВВП. Потоки доходів від міжнародного туризму продовжували зростати протягом останнього десятиліття до кризи 2020 року. Глобальна криза, викликана пандемією коронавірусу, радикально змінила туристичну галузь у всьому світі. Пандемія чинить руйнівний вплив на економіку і зайнятість в світі. Індустрія туризму сильно страждає від заходів, необхідних для стримування пандемії, і малоімовірно, що вона повернеться до нормального стану найближчим часом. Виявлено наступні основні наслідки пандемії для ринку міжнародного туризму:

- різке падіння кількості прибувщиків з 2,28 млрд до 0,40 млрд осіб (на 82,54%);
- падіння експортних надходжень від туристичної галузі у 2020 р. на 70,47%.

Проаналізована регіональна структура подорожуючих - за останнє десятиліття спостерігається збільшення частки Європи в регіональній структурі подорожей майже на 8%; зростання частки Америки порівняно із Азійсько-Тихоокеанським регіоном. Країни лідери за кількість міжнародних прибуттів майже не змінились за останні 5 років – ними залишаються США, Китай, Іспанія, Мексика, Італія. Країною лідером з експорту туристичних послуг є США – 10,7% та 14,2% у 2019 та 2020 рр. відповідно. Країною лідером з імпорту туристичних послуг є Китай - 16,4% та 24,4% відповідно.

Виявлена проблематика із підходами щодо відновлення туристичної галузі після кризи. Досліджені способи ведення статистики у міжнародному туризмі.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПОСЛУГАМИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ COVID-19

#### 2.1. Оцінка факторів впливу зовнішнього середовища на динаміку та структуру зовнішньої торгівлі туристичними послугами України

Для початку охарактеризуємо ринок туризму в Україні. На рис. 2.1 можемо бачити темпи приросту туристичних потоків за останні 10 років.

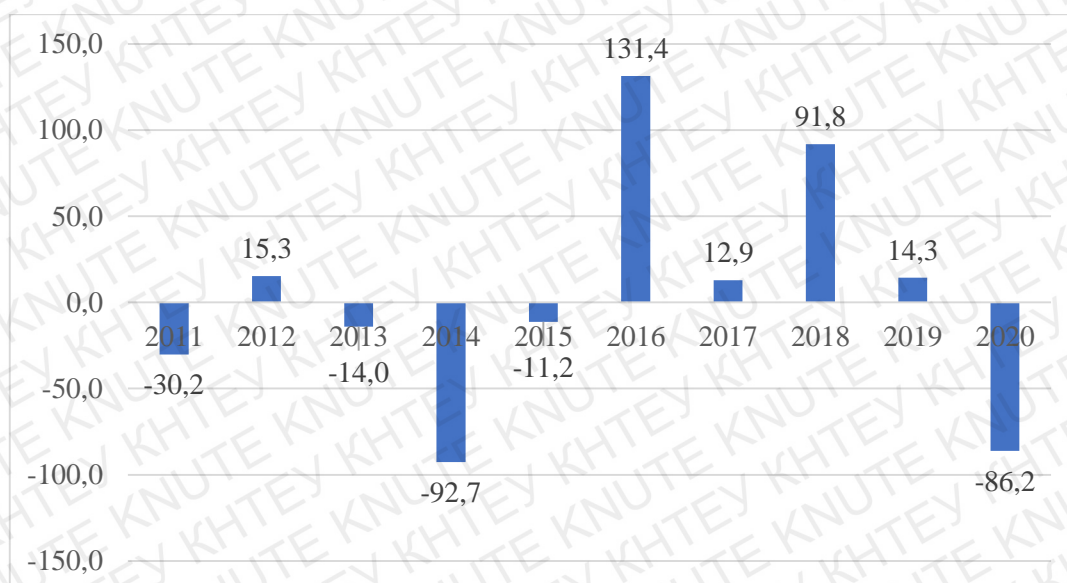


Рис. 2.1. Динаміка приросту туристичних потоків приїжджих в Україну у 2011-2020 рр. [11]

Як можемо бачити з рис. 2.1 темпи приросту іноземних туристичних потоків є досить нестабільними. Найбільше падіння (92,7%) спостерігається у 2014 р. у зв'язку з початком військових дій на Сході України. У 2016 р. відбулось різке зростання потоку іноземних туристів в Україні, але вже у 2020 знову спостерігається значне падіння (на 86,2%) через кризу, спричинену Covid-19. На рис. 2.2 наводимо динаміку кількості в'їзних (іноземних) туристів в Україні у 2011-2020 рр.. У 2014 р. кількість туристів знизилась більше, ніж у 13 разів, тоді як у 2020 – більш, ніж у 7 разів. Тож можемо зробити висновок, що пандемія завдала Україні менше шкоди у розрізі кількості туристів, ніж військові події на Сході України у 2014 р..

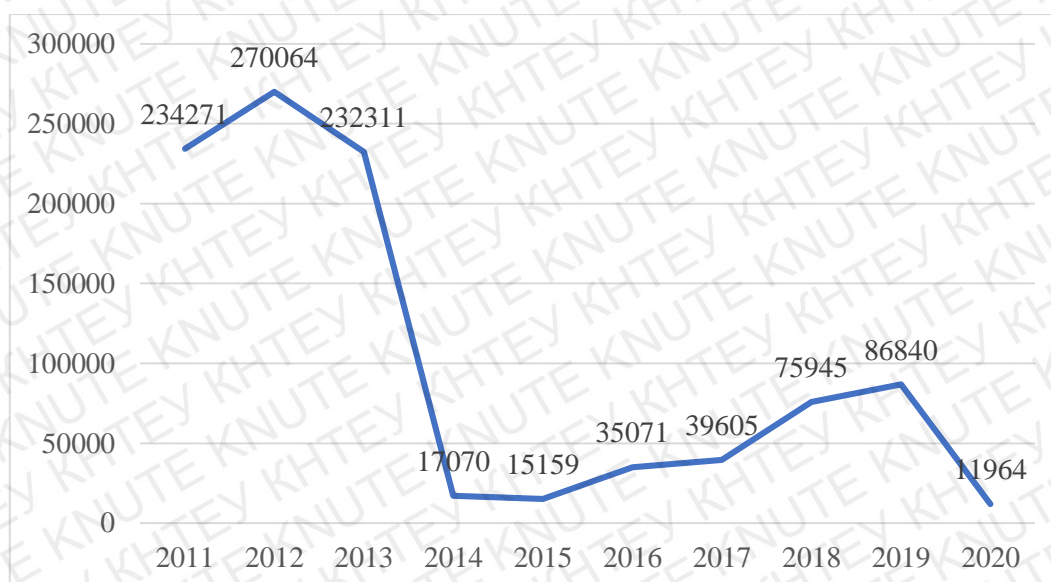


Рис. 2.2. Динаміка в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, в Україні у 2011-2020 рр., осіб [11]

Далі проаналізуємо загальну динаміку розвитку туристичних потоків у 2011-2020 рр. (див. табл. 2.1)

Таблиця 2.1

### Динаміка туристичних потоків України, 2011-2020 рр., млн ос.

Роки	В'їзні туристи	Виїзні туристи	Сальдо
2011	234,3	1250,1	-1016
2012	270,1	1956,7	-1687
2013	232,3	2519,4	-2287
2014	17,1	2085,3	-2068
2015	15,2	1647,4	-1632
2016	35,1	2061,0	-2026
2017	39,6	2289,9	-2250
2018	75,9	4024,7	-3949
2019	86,8	5524,9	-5438
2020	12,0	2125,7	-2114

Джерело: складено автором на основі [26]

Тож згідно з даними табл. 2.1 можемо бачити, що протягом досліджуваного періоду сальдо туристичних потоків завжди було від'ємним, тобто кількість людей, що виїхали закордон завжди у декілька разів перевищувала кількість людей, прибувших в Україну, що може свідчити про недостатній рівень привабливості України як туристичного об'єкта.

Для аналізу ринку туризму за міжнародними стандартами розглядають два типи засобів розміщування: індивідуальні та колективні [22]. Але в Україні

проводиться спостереження лише за діяльністю колективних засобів розміщування (КЗР). До них належать готелі й аналогічні засоби розміщування та спеціалізовані засоби розміщування [11]. У табл. 2.2 наведено динаміку кількості осіб, що перебували в КЗР.

Таблиця 2.2

**Динаміка кількості осіб, що перебували у КЗР України у 2011-2020 рр.**

Роки	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.		частка іноземців, що перебували у КЗР, %
	усього	з них іноземці	
2011	7426,9	1427,7	19,2
2012	7887,4	1554,8	19,7
2013	8303,1	1665,1	20,1
2014	5423,9	551,5	10,2
2015	5779,9	665,8	11,5
2016	6544,8	863,7	13,2
2017	6661,2	824,5	12,4
2018	7006,2	917,9	13,1
2019	6960,9	959,4	13,8
2020	3379,5	254,4	7,5

Джерело: складено автором на основі [11]

Тож можемо бачити, що кількість іноземців, що перебували у КЗР мала зростаючу тенденцію у 2011-2013 рр., потім після різкого падіння у більш, ніж 3 рази у 2014 р. знову почала відновлюватись, але так і не сягнула обсягів навіть 2011 року. У 2020 р. відповідно також спостерігалось падіння із 959,5 тис. осіб до 254,4 тис. осіб. Найбільша частка іноземців, що перебували у КЗР спостерігається у 2013 р. – 20,1%, найменша, відповідно, у 2020 р. – 7,5%.

Варто також взяти до уваги динаміку експорту та імпорту туристичних послуг в Україні (див. табл. 2.3). Відповідно різке зниження експорту спостерігається у 2014 р. з 5931 млн дол. до 2264 млн дол. (на 61,8%). Варто також зазначити, що серед усіх країн Україна в 2019 р. опинилась на 86 місці за показником експорту туристичних послуг, вищі місця займають Аруба та Туніс, нижче – Сербія та М'янма. Лідерами виявились США (264 576 млн дол.), Іспанія (81 368 млн дол.) та Франція (72 889 млн дол.) [40]. Натомість імпорт

туристичних послуг знизився несуттєво (-13,2%) та продовжив зростання у 2016 р.. Найвищий темп приросту був зафіксований у 2017 р. – 19,5%, що може бути пов'язано із запровадження безвізового режиму з Європейським союзом.

Таблиця 2.3

**Динаміка експорту та імпорту туристичних послуг в Україні у 2010-2019 рр.**

Роки	Експорт туристичних послуг, млн дол.	Темп приросту, %	Імпорт туристичних послуг, млн дол.	Темп приросту, %
2010	4696		4134	
2011	5406	15,1	4829	16,8
2012	5988	10,8	5539	14,7
2013	5931	-1,0	6300	13,7
2014	2264	-61,8	5470	-13,2
2015	1662	-26,6	5408	-1,1
2016	1723	3,7	6306	16,6
2017	2019	17,2	7536	19,5
2018	2269	12,4	8287	10,0
2019	1996	-12,0	8410	1,5

Джерело: складено автором на основі [40]

З рис. 2.3 бачимо, що сальдо туристичних послуг стало від'ємним ще з 2013 року та залишається таким станом на 2019 рік.

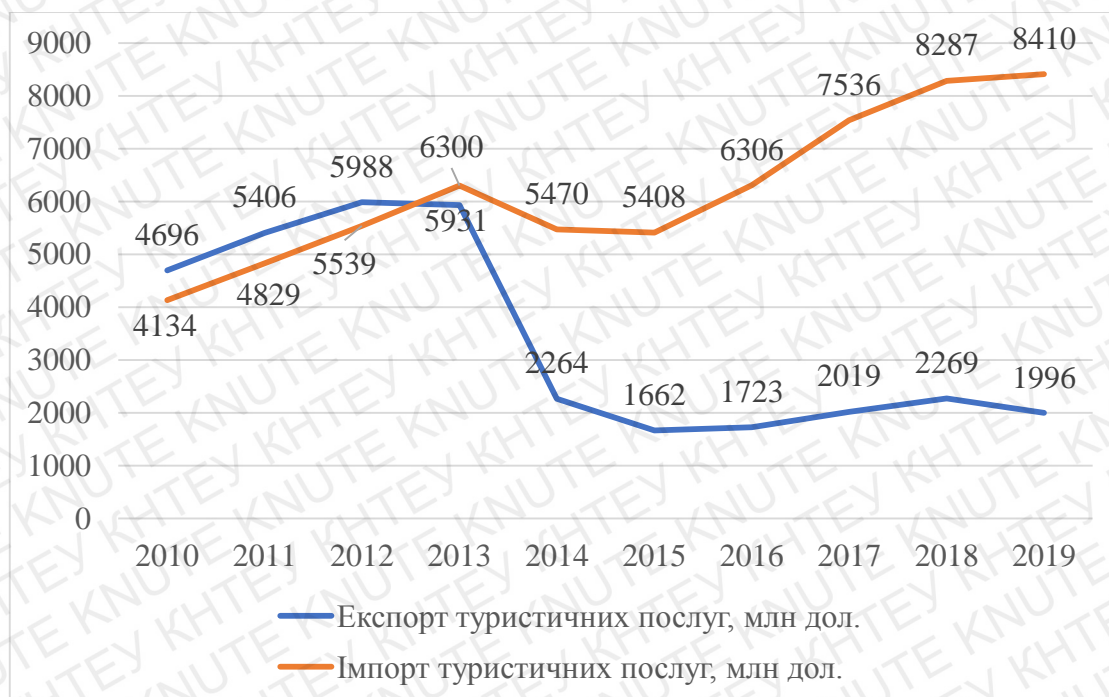


Рис. 2.3 Динаміка експорту та імпорту туристичних послуг в Україні, 2010-2019 рр., млн дол.

Взагалі в Україні немає повноцінної туристичної статистики; останні офіційні дані по туристичним потокам, опубліковані на сайті Державної служби статистики, датуються 2017 роком. Через це є певні труднощі із оцінкою збитків, завданих пандемією.

У табл. 2.3 наведені дані щодо 10 країн, з яких було найбільше туристів в Україні.

Таблиця 2.3

### Топ 10 країн за кількістю туристів в Україні у 2019-2020 рр.

Країна	2019		2020		Зміна 2020/2019
	Кількість туристів	Частка у заг. кількості	Кількість туристів	Частка у заг. кількості	
Молдова	4 278 329	31,20 %	933 243	27,59 %	-78.2%
Білорусь	1 756 641	12,81 %	463 548	13,71 %	-73.6%
Росія	1 432 665	10,45 %	390 337	11,54 %	-72.8%
Польща	1 115 784	8,14 %	272 180	8,05 %	-75.6%
Румунія	751 913	5,48 %	229 437	6,78 %	-69.5%
Угорщина	828 220	6,04 %	217 570	6,43 %	-73.7%
Туреччина	306 428	2,23 %	149 183	4,41 %	-51.3%
Німеччина	270 538	1,97 %	74 046	2,19 %	-72.6%
Ізраїль	295 695	2,16 %	57 698	1,71 %	-80.5%
США	188 229	1,37 %	42 833	1,27 %	-77.2%

Джерело: складено автором на основі [10]

Тож загальна кількість туристів у 2020 р. становила 3,38 млн ос., що на 75% менше, ніж у 2019 р. [10]. Детальна інформація за країнами наведена у табл. 2.3. У 2020 р. лідерами стали Молдова (27,59%), Білорусь (13,71%) та Росія (11,54%). Зросла частка туристів із Росії, Білорусі, Румунії, Угорщини, Туреччини, Німеччини. Дана інформація надається Державною прикордонною службою України, але вона також не є повністю достовірною, оскільки наразі ведеться облік осіб, які перетнули кордон, і не враховується мета поїздки (транзит/подорож/бізнес тощо).

У Державному агентстві розвитку туризму України планують з 2021 року почати збирати туристичну статистику, але, звичайно, для її систематизації знадобиться більше часу. Голова Держтуризму Мар'яна Олесків зяаявила: "В Україні важко порахувати збитки туристичної галузі, бо у нас відсутня туристична статистика. Це одне із наших завдань – почати збирати дані галузі,

що дало б нам можливість оцінювати збитки від втрати робочих місць, кількість пустих місць в готелях тощо" [16].

Для розуміння місця України у світовому ринку туристичних послуг варто звернутися до показників України у міжнародних рейтингах, зокрема, Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму, який формується за даними Всесвітнього Економічного форуму. Цей індекс показує загальну оцінку чинників, що сприяють розвитку туристичного бізнесу в окремих країнах, розраховується 1 раз на 2 роки. Так, у 2017 р. Україна отримала 3,5 балів із 7 та займала 88 місце. У 2019 р. Україна піднялась на 10 позицій та отримала 3,7 балів. Зокрема, підвищились місця за показниками бізнес середовище (з 124 до 103), охорона та безпека (з 127 до 107), міжнародна відкритість (з 78 до 55) та загальна інфраструктура (з 79 до 73). Найгірші бали спостерігаються за показниками «наземна та портова інфраструктура» - 3,1 б., «інфраструктура повітряного транспорту» - 2,7 б., «природні ресурси» - 2,2 б., культурні ресурси та бізнес-поїздки – 1,9 б.

Із наведеного вище аналізу можемо зробити висновок, що на рівень туризму здійснюють вплив як внутрішні, так і зовнішні фактори. Існує також наступна типізація факторів впливу, розроблена Р. Кожухівською - політичні, економічні, соціально-демографічні та науково-технічні [17].

Часто використовується поділ факторів розвитку туристичної галузі на стимулюючі та дестимулюючі. Зокрема, до стимулюючих чинників відносять [7]:

- зростання рівня соціально-економічного розвитку країни та регіону (зростання ВВП на душу населення), збільшення обсягів сукупних доходів населення,
- зростання обсягів фінансування підприємств туристичної галузі,
- збільшення чисельності населення
- підвищення рівня доступності туристичного продукту для туристів;
- підвищення ефективності діяльності туристичних фірм;
- підготовка вітчизняних кваліфікованих кадрів у сфері туризму;



- інформаційна відкритість країни, високий рівень освіченості населення, в т.ч. мовної;
- налагодження співробітництва із зарубіжними країнами і міжнародними туристичними організаціями

Ці фактори сприяють збільшенню потенційного попиту на туристичні послуги підприємств, що призводить до зростання кількості обслугованих туристів та зростанню доходів туристичних підприємств від реалізації туристичних послуг.

До дестимулюючих чинників відносять [7]:

- макроекономічна нестабільність (скорочення темпів економічного зростання, зростання витрат лише на предмети першої необхідності, зменшенні рівня зайнятості);
- недостатні обсяги бюджетного фінансування, а також незначні обсяги внутрішніх та іноземних інвестицій до галузі;
- погіршення демографічної ситуації
- посилення конкуренції на туристичному ринку;
- залежність попиту на туристичні послуги від соціально-економічної та політичної ситуації в країні;
- значні сезонні коливання попиту на послуги туризму;
- низький рівень розвитку туристичного сервісу;
- висока вартість туристичних послуг при низькій якості;
- відсутність достатньої інформації про туристичні продукти;
- низький рівень безпеки туристів

В Україні сформувались наступні сприятливі чинники для розвитку туризму [1]:

- вигідне географічне положення країни, багатство природних ресурсів;
- велика кількість історичних, культурних і природно-географічних пам'яток світового рівня;
- можливості для розвитку різних видів та типів туризму (оздоровчого, кулінарного, спортивного, подійного, ділового, екстремального та ін.);

- спрощення візового режиму;
- достатній рівень безпеки туристів, захисту їхніх прав, інтересів, життя;
- підвищення ролі та інтересу до України у світі.

З іншого боку, негативними аспектами у галузі туризму залишаються наступні [1]:

- недостатній рівень фінансової підтримки з боку держави,
- недосконалість законодавчої бази, що стосується розвитку туристичної індустрії;
- недостатня кадрова забезпеченість туристичної галузі;
- невідповідність діючої системи управління туризмом з інтересами туристичних установ.

Згідно з проведеним PEST-аналізом (дод. Б), найбільше значення для сектору туризму в Україні наразі має ступінь використання сучасних технологій у туристичній сфері, рівень мобільності населення та розвиток туристичної інфраструктури. Це саме ті аспекти, на які варто звернути увагу для подальшого розвитку туризму.

Також оскільки наразі увесь світ переживає кризу, викликану пандемією, це створює додатковий негативний чинник на сферу туризму, оскільки не лише обмеження на поїздки створюють перепони для подорожуючих, а й те, що велика кількість населення різних країн втратила роботу, та більша частина витрат йде на покриття базових потреб, подорожі все більше переходять до «привілеїв», які не кожен може собі дозволити.

## **2.2. Механізми протидії наслідкам пандемії COVID-19 на ринку міжнародного туризму України та оцінка їх ефективності**

Для початку вважаємо доцільним проаналізувати наслідки пандемії COVID-19 на ринку міжнародного туризму України. Частка туризму у ВВП України є темою поглиблених дискусій і складає, згідно з офіційною статистикою, близько 3–4% ВВП, що значно нижче міжнародного середнього показника (який становить 10%). Однак останні дані від міжнародних структур

(перш за все Всесвітньої туристичної організації ООН, ЮНВТО) визначають цю частку на рівні близько 9% ВВП України. Це дає підстави вважати цей показник набагато важливішим для української економіки, аніж раніше [1].

Дехтяр Н. А. оцінює прямий внесок галузі подорожей і туризму у ВВП у 85,65 млрд грн у 2019 р. (2,2% від загального обсягу ВВП), а плановий прогноз на наступні роки за стандартною методологією Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) будувати недоречно, оскільки світова економічна криза 2020 р. унеможливила використання методу екстраполяції. Загальний внесок галузі подорожей і туризму у ВВП дорівнював 229,39 млрд грн (5,9% від загального обсягу ВВП) [12].

Частка зайнятих у туристичній сфері у 2019 р. становила 6,2% - 1,029 млн робочих місць. Доходи українських туристичних компаній у 2019 р. становили 31,9 млрд грн. Доходи фізосіб-підприємців у сфері туристичної діяльності у 2019 р. становили 751,5 млн грн [1].

За різними сценаріями, у 2020 р. в Україні очікується падіння туристичних прибутків на 58-78% у порівнянні з минулим роком. Міністерство культури й інформаційної політики передбачало, що втрати туристичної галузі України від коронавірусу перевищать 1,5 мільярди доларів [6].

У листопаді 2019 року презентували "Дорожню карту конкурентоспроможного розвитку галузі подорожей і туризму в Україні", підготовлену аналітично-дослідною організацією HDC (Hotel & Destination Consulting) за підтримки ЄБРР, її створення фінансується в межах ініціативи Європейського Союзу EU4Business. На початку квітня 2020 року розпочалось оновлення Дорожньої карти у зв'язку з необхідністю коригування подальшого розвитку та підтримки туристичного бізнесу через пандемію Covid-19. Таким чином реалізувалось ознайомлення підприємців зі світовим досвідом роботи в екстремальних умовах і з тим, якими сучасними можливостями та інструментами можна скористатися для підвищення стійкості бізнесу у кризовий період. Зокрема, українські підприємці – представники готелів, ресторанів, кафетеріїв – отримали можливість проконсультуватися з колегами та експертами з різних

країн, які спеціалізуються на маркетингу, фінансах, систематизації бізнесу, автоматизації бізнес-процесів, управлінні персоналом та безлічі інших сфер підприємництва. Такі платформи для спілкування й обміну досвідом працівників туристичної галузі діють і зараз [41].

З точки зору іноземних туристів, перше, що викликає занепокоєння в контексті подорожей у період пандемії – стан безпеки для здоров'я туристичної дестинації. Тож Міністерством охорони здоров'я України розроблено та затверджено низку тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів в підприємствах туристичної сфери, серед яких:

1. Тимчасові рекомендації щодо організації протиепідемічних заходів в готелях на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) затверджені Постановою головного державного санітарного лікаря України від 21.05.2020 №22 [31].

2. Тимчасові рекомендації щодо організації протиепідемічних заходів при роботі закладів громадського харчування на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) затверджені Постановою головного державного санітарного лікаря України від 08.05.2020 №18 [32].

3. Тимчасові рекомендації щодо організації протиепідемічних заходів під час проведення культурно-мистецьких заходів на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) затверджені Постановою головного державного санітарного лікаря України від 06.06.2020 № 35 [33].

Для відновлення туристичного сектору було запропоновано наступне [2]:

- 1) необхідна адаптація туристичних продуктів під сучасну ситуацію, а також під потреби різних груп туристів (до прикладу, туроператори в Китаї, щойно почали відновлюватись переміщення по країні, розробили різні туристичні продукти, серед яких – програми відвідування мегаполісів, островів, відомих гірських курортів і регіонів природних заповідників. Усі тури передбачають суворе дотримання безпеки туристів. Влада заборонила групові тури за кордон, тому переважає індивідуальний туризм. Найбільше можливостями користуються люди

- у віці від 20 до 40 років, добре обізнані у цифрових технологіях та зацікавлені в пізнанні культурних цінностей);
- 2) з урахуванням швидкості змін, необхідне покращення комунікації та інформованості туристів щодо поточної ситуації (обмеження в'їзду, карантинні обмеження щодо відвідування розважальних заходів та закладів харчування тощо);
  - 3) створення нових туристичних продуктів та розвиток дотичних послуг, зокрема цікавим може бути розвиток сільського туризму; створення місць для кемпінгу; розвиток прокату велосипедів (який вже активно розвивається у декількох містах України).

Зокрема нещодавно було презентовано 11 різноматичних туристичних продуктів для західних областей, серед яких: «У гості до бойків»; «Бойківські мандри»; «Косівський край – крафтовий рай»; «Dniester Active Challenge»; «Дорога смаку Прикарпаття»; «Веселий Космач»; «Івано-Франківщина: гори вражень та море задоволення»; «Прикарпатський вікенд»; «Духовні святині Прикарпаття».

Надавачі туристичних послуг можуть підвищити ціни на свої продукти та послуги з метою компенсації збитків, що може також негативно вплинути на кількість приїжджих. Тож з боку держави необхідна значна фінансова підтримка, зокрема [38]:

- 1) продовження політики скасування зобов'язань із сплати податку на прибуток та ПДВ для об'єктів розміщення, кейтерингу [34];
- 2) державна підтримка залізничного та авіасполучення (державні дотації відносно вартості квитків);
- 3) запровадження прозорого механізму використання отриманих до місцевих бюджетів коштів від туристичного збору виключно на розвиток туризму, супутньої інфраструктури.

Надзвичайної важливості у контексті сучасних подій набуває необхідність цифрової трансформації туристичної галузі. Важливість проявляється не лише у необхідності надання інформації споживачам і здійснення маркетингової

діяльності, але і в необхідності організації та роботи різних фахівців у галузі туризму. Можна припустити, що переважна кількість покращень в організації туризму будуть базуватися на організації віртуальних рішень і дистанційної роботи, а також на проведенні освітніх програм, які в багатьох країнах залишатимуться в режимі онлайн і після кризи COVID-19 [21]. В контексті цифрової трансформації важливим залишається [8]:

- відповідність представлення туристичного продукту у реальному та цифровому просторі на рівні, який забезпечує клієнту розуміння можливості задоволення його потреб, а також впевненість у тому, що цифровий продукт буде відповідати реальності;
- використання цифрового маркетингу в адміністративній діяльності, що сприяє прискоренню трансформації економічної підсистеми, допомагаючи у контролі змін попиту та пропозиції, і допомагає просуванню основних ідей цифрової трансформації, сприяючи їх поширенню серед споживачів;
- впровадження цифрових змін на принципах: гнучкості та адаптування до постійних змін мінливого зовнішнього середовища; сприйняття компанії як цифрової системи; ситуаційного підходу; розробки фірмової внутрішньої системи цифрових параметрів та стандартів; визнання digital-відповідальності перед покупцями і партнерами підприємства.

Згідно з останнім опитуванням, подорожі з метою відпочинку, швидше за все, швидше повернуться до допандемічного рівня, ніж бізнес подорожі. Багато мандрівників скористаються ваучерами на поїздки, які їм пропонували для поїздок, скасованих через коронавірус, а не ризикуватимуть втратити гроші. Багато компаній надають перевагу онлайн конференціям, зокрема через відсутність необхідності витратити додаткові кошти на подорожі [21].

Ключові напрямки для розвитку туризму після пандемії - це цифровізація, підтримка суб'єктів туристичної діяльності та безпосередньо представників малого та середнього бізнесу на всіх етапах виходу з кризи, збереження робочих місць, турбота про захист мандрівників, а також впровадження досліджень та

відповідної статистики для виявлення тенденцій, які можуть допомогти у відновленні туризму. Для того, щоб відновити туристичну галузь після кризи, потрібно, перш за все, розпочати реалізацію програм з підтримки бізнесу, збереження робочих місць туристичного сектору та відновити впевненість людей у безпеці подорожей.

В рамках антикризових дій важливою є також підготовка стратегії розвитку туристичної галузі; розробка програм, спрямованих на цифровізацію туристичного сектору; забезпечення партнерських відносин між учасниками різних сфер туристичного сектору.

При розробці антикризового плану з подолання наслідків впливу COVID-19 на туристичний сектор в Україні необхідно врахувати рекомендації Глобального кризового комітету з туризму, які розподілені за трьома основними напрямками [23]:

1. Управління кризою та пом'якшення наслідків: збереження робочих місць; підтримки самозайнятих працівників; сприяння перегляду податків, зборів та норм, що стосуються подорожей та туризму.
2. Забезпечення прискорення відновлення: надання фінансових стимулів, включаючи сприятливу податкову політику; сприяння спрощенню оформлення віз; підвищення довіри споживачів.
3. Підготовка плану на розвиток у майбутньому: акцентувати увагу на ролі туристичного сектору в економіці країни та досягненні цілей сталого розвитку; розробляти плани готовності до викликів майбутнього.

Отже, відновлення ринку міжнародного туризму в Україні є досить складним процесом. Для ефективної роботи в процесі мають бути задіяні як економічні суб'єкти туристичного сектору, так і органи влади різних рівнів. Вважаємо за потрібне перш за все забезпечити виконання вже існуючих законів та постанов щодо дотримання норм протиепідемічних заходів; почати вести систематизовану статистику туристичного сектору з метою можливості оцінки його впливу на економіку країни, а також впливу пандемії та різних заходів на цей сектор. З боку держави залишається необхідним фінансова допомога,

особливо малому та середньому бізнесу у цій сфері; з боку суб'єктів туристичного сектору – перегляд та оновлення системи продуктів, які пропонуються у відповідності із потребами сучасності, а також цифровізація бізнесу.

## **Висновки до розділу 2**

Проаналізовано стан міжнародного туристичного ринку в Україні, зокрема виявлено, що частка іноземного туризму є значно меншою, ніж внутрішнього туризму, а також те, що кількість виїзних туристів за 10 років завжди в декілька разів перевищувала кількість в'їзних туристів. Найбільші скорочення кількості туристів в Україні спостерігалось у 2014 та 2020 рр.. Найбільша кількість подорожуючих зафіксована із країн-сусідів – Молдови, Білорусі, Росії, Польщі та Румунії.

Розглянуто позиції України у Індексі конкурентоспроможності подорожей та туризму, який формується за даними Всесвітнього Економічного форуму. У 2017 р. Україна отримала 3,5 балів із 7 та займала 88 місце. У 2019 р. Україна піднялась на 10 позицій та отримала 3,7 балів.

Виявлено фактори впливу на розвиток туристичної галузі України, зокрема до сприятливих факторів відносять вигідне географічне положення країни, багатство природних ресурсів; велику кількість історичних, культурних і природно-географічних пам'яток світового рівня; можливості для розвитку різних видів та типів туризму (оздоровчого, кулінарного, спортивного, подійного, ділового, екстремального та ін.). Негативними аспектами у галузі туризму залишаються: недостатній рівень фінансової підтримки з боку держави, недосконалість законодавчої бази, що стосується розвитку туристичної індустрії; невідповідність діючої системи управління туризмом з інтересами туристичних установ.

Виявлено негативні наслідки пандемії для розвитку туристичного сектору, зокрема зниження прибутків, скорочення робочих місць, закриття туристичних фірм, закладів харчування тощо. Розглянуто рекомендації щодо відновлення та подальшого розвитку туризму в Україні. Зокрема, рекомендується проводити



комплексу роботу як на державному рівні, так і на рівні економічних суб'єктів туристичного сектору по наступних напрямкам: 1) управління кризою та пом'якшення наслідків: збереження робочих місць; підтримки самозайнятих працівників; сприяння перегляду податків, зборів та норм, що стосуються подорожей та туризму; 2) забезпечення прискорення відновлення: надання фінансових стимулів, включаючи сприятливу податкову політику; сприяння спрощенню оформлення віз; підвищення довіри споживачів; 3) підготовка плану на розвиток у майбутньому: акцентувати увагу на ролі туристичного сектору в економіці країни та досягненні цілей сталого розвитку; розробляти плани готовності до викликів майбутнього.

Важливим також має бути дотримання протиепідемічних заходів для забезпечення безпеки туристів, а також посилення цифровізації в туристичному секторі та розробка нових привабливих для потенційних споживачів напрямків туризму, таких як сільських туризм, екологічний туризм тощо.

## **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ПАНДЕМІЇ**

### **3.1 Пріоритетні напрямки відновлення міжнародного туризму після пандемії COVID-19**

Через пандемію галузь туризму зазнала величезних збитків. Зокрема, за даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC) частка туризму у світовому ВВП у 2019 р. становила 10,4%, у 2020 р. вона знизилась до 5,5%. У 2020 р. у сфері туризму скоротилось майже 62 млн (18,5%) робочих місць; витрати внутрішніх туристів знизились на 45%, іноземних – на 69,4% [18].

Експерти у звіті UNWTO однастайні у тому, що відновлення туристичної галузі буде повільним, оскільки нові мутації нових штамів та різниця у епідемічних ситуаціях у різних країнах спонукають уряди й надалі продовжувати дію заборон на поїздки, задля стримування поширення.

Серед потенційних негативних наслідків у 2021 р. (порівняно з аналогічним періодом у 2020 р.) також від 100 до 120 млн втрачених робочих місць у туристичній сфері [18]. Усі економіки світу відчули рекордне падіння обсягів ВВП (рис. 3.1). Україна ж втратила 4,8% ВВП.

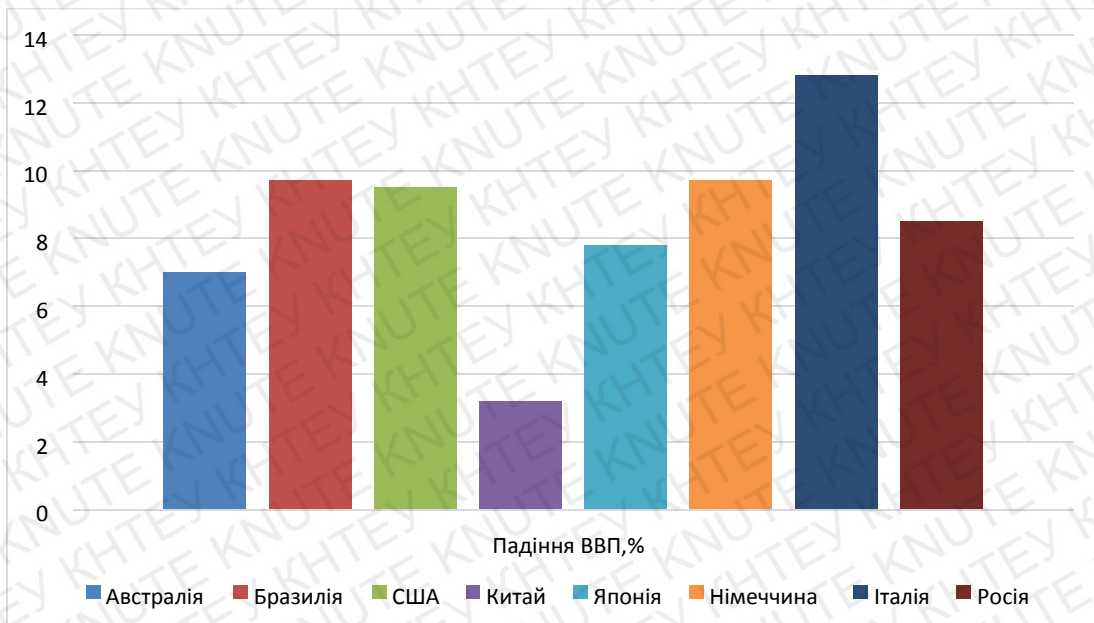


Рис. 3.1. Падіння ВВП за країнами у 2020 р., %. [40]

Ряд міжнародних організацій, зокрема МВФ, Всесвітній банк, ОЕСР, опублікували свої економічні прогнози щодо наслідків кризи COVID-19 для світової економіки, серед яких найактуальнішим є звіт ЮНВТО. Оприлюднені у звіті організації за січень 2021 дані прогнозують, що світовий туризм повернеться до свого допандемічного рівня не раніше, ніж через два роки (див. рис. 3.2). За останніми даними ЮНВТО, світовий туризм за 2020 пережив рекордно найгірший рік, позаяк кількість міжнародних туристів зменшилась на 74%.

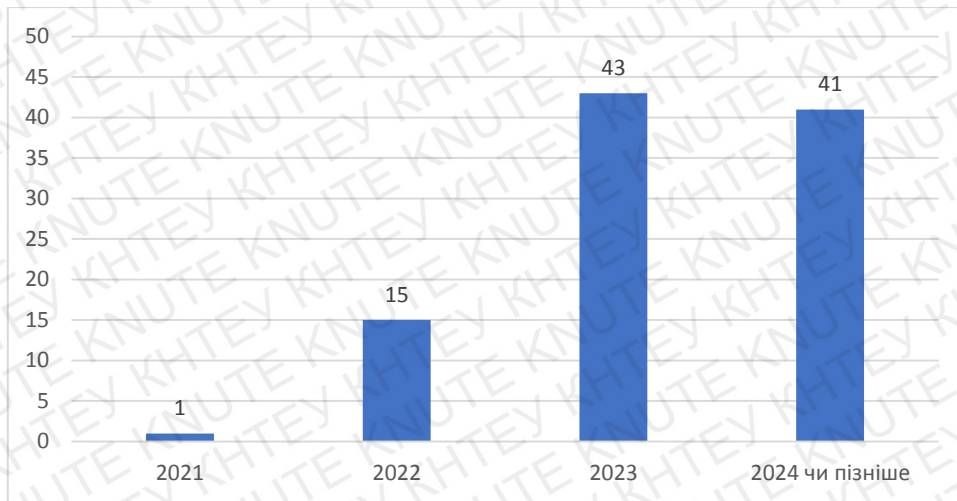


Рис. 3.2. Прогнози щодо повернення сфери туризму до допандемічного періоду, % [53]

Прогнозна інфографіка, відображена на рис. 3.2, свідчить, що лише 1% науковців прогнозує, міжнародний туризм почне повертатися на рівень розвитку, який був до пандемії 2019 р., у 2021 р., 15% вірять, що це може статись вже у 2022 р., більшість (43%) прогнозують повернення до допандемічного рівня у 2023 р., та 41% - у 2024 р. чи пізніше.

Попереду світ усе ще чекають серйозні проблеми, починаючи з невизначеної тривалості періоду пандемії та завершуючи обмеженнями на пересування, і все це в контексті глобальної економічної рецесії. Країни в усьому світі досі впроваджують широкий ряд заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектора. Згідно зі звітом ЮНВТО щодо пов'язаних із COVID-19 обмежень на пересування, опублікованим 20 квітня 2020 року, 100% усіх міжнародних дестинацій ввели обмеження на пересування через пандемію [19].

Ситуація з глобальною пандемією відбувається по-різному в різних частинах світу. До прикладу, Китай був однією з країн, що найшвидше почала відновлюватись після повного закриття. Порівняно з показником за аналогічний період, зафіксований у минулому р. на рівні 117,67 млрд юаней, прибутки у 2020 р. впали на 59,58 %. У подальшому сегмент індивідуального туризму стане основною рушійною силою, що зумовить зростання зовнішнього туристичного ринку Китаю. У туристичній сфері спостерігались різке скорочення китайських туристів та загальною подорожей у Європі. За різними оцінками, у 2019 р. китайські

туристи витратили за межами своєї країни від 130 до 227 млрд дол. Під час святкування місячного нового року у 2020р. китайці здійснили на 73% менше поїздок, ніж у 2019 р. Кількість авіапасажирів з Китаю скоротилася на 84,5% лише за лютий [14].

Лише за перший місяць пандемії туристична галузь Європи втратила близько 1 млрд євро. Оголошені на початку пандемії прогнози ЄС щодо того, що туризм буде серед найбільш уражених коронавірусом бізнесів справдилися. Нині ЄС запускає спільний механізм моніторингу впливу коронавірусу на економіку. Найбільші втрати понесла Італія, де значний відсоток населення похилого віку є головним чинником швидкого поширення хвороби. Проте втрати Італії стали значними не лише через те, що вона стала епіцентром поширення хвороби у Європі, але тому, що туризм є значною часткою економіки країни – близько 13%. За даними державних органів, скасування бронювань у готелях в деяких регіонах сягало до 90%. За даними Італійської асоціації відповідального туризму (AITR) через поширення коронавірусу вірусу відмови від бронювання готелів станом на березень 2020 коштували готельному бізнесу країни 200 млн євро [47].

За даними ЮНВТО [40], Азія та Тихий океан стали першим регіоном, який зазнав згубного впливу пандемії та став регіоном із найвищим рівнем обмежень на поїздки (-96%). Близький Схід та Африка зафіксували зниження на -84% і -85% відповідно. Порівняно меншими показники є у Сполучених Штатів Америки - мінус 77%.

Розглянемо на прикладі ЄС, які заходи вживають країни в рамках реагування на кризу. По перше, це фінансова допомога для підтримки бізнесу, зокрема дотації до заробітної плати, позики та гарантії для працівників, тимчасове звільнення від сплати податків тощо. Досить важливою залишається комунікація між владою та бізнесом у контексті формування державної політики для пом'якшення наслідків кризи. Заходи в деяких країнах розглянуті більш детально у табл. 3.1.

## Заходи країн ЄС щодо туристичної галузі для зменшення наслідків кризи

Країна	Заходи, що були здійснені
Болгарія	фінансування з державного бюджету до 60% заробітної плати (включно із внесками на соціальне страхування) у компаніях, які за відсутності такої допомоги звільнили б працівників (тривалість – 1 рік; бюджет – 770 млн євро)
Греція	Оперативне надання інформації – створена відкрита лінія зв'язку з Міністерством туризму для економічних суб'єктів, за допомогою якої вони можуть вирішити певні питання
Польща	5,65 млрд євро у формі безвідсоткових позик можуть отримати малі підприємства у галузі туризму; тимчасове звільнення від сплати більшості податків
Франція	заміна умов скасування бронювання – відшкодування коштів у вигляді ваучера на майбутні послуги з метою уникнення різкого відпливу коштів

Джерело: створено автором на основі [21]

З метою стимулювання постійного систематизованого відновлення галузі туризму WTTC створила глобальну ініціативу Safe Travels та презентувала серію Протоколів безпечних подорожей для основних галузей туризму. Такі заходи мають сприяти підвищенню довіри та формуванню відчуття безпеки споживачів туристичних послуг та стимулювати попит. Також WTTC створила відзнака SafeTravels, що надається економічним суб'єктам туристичного сектору – готелям, ресторанам, авіакомпаніям, туроператорам, компаніям з надання послуг короткострокової оренди житла, прокату автомобілів за впровадження та дотримання стандартизованих протоколів охорони здоров'я та гігієни. Так туристи можуть розпізнати безпечні для себе місця [55].

Щодо трансформації роботи в межах туристичних компаній, як вже було сказано вище, особливе місце надається цифровізації та інноваційним підходам у туристичній галузі. Зокрема, впроваджуються різноманітні цифрові сервіси для ефективної взаємодії з потенційними споживачами. Турфірми розробляють інформаційний портал з інтерактивною картою і можливістю онлайн-продажів, а для навігації використовують сервіси доповненої реальності і мобільні додатки-аудіо-гіди [9]. Малі та середні підприємства туристичного сектора

переходять до використання хмарних технологій, аналізу даних, штучного інтелекту та ін. Зокрема, існують такі проєкти з розвитку розумного туризму [3]:

- 1) проєкт Європейські столиці розумного туризму (на підставі чотирьох параметрів, включаючи цифровізацію, обираються два міста, яким протягом року надається підтримка з просування);
- 2) південноафриканський додаток і сайт Jupni, що виконують функції централізованого збору даних, повноцінної системи бронювання та інформаційного порталу для туристів.

Важливим в процесі розвитку туризму залишається відповідність Цілям сталого розвитку, тому рекомендується враховувати інтереси місцевих спільнот, приділяти увагу екологічним і соціокультурним аспектам туризму.

В рамках відновлення туристичного сектору пропонується акцентувати увагу на п'яти пріоритетних областях [4]:

- 1) зменшення впливу соціально-економічних наслідків на життя людей, особливо в рамках підтримання рівня зайнятості та економічної безпеки;
- 2) підвищення конкурентоспроможності і можливостей протидії кризовим явищам галузі туризму та підтримка розвитку туристичної інфраструктури для забезпечення якісних послуг на кожному етапі виробничо-збутового ланцюга туристичної галузі; сприяння інвестиційній діяльності у сфері туризму, а також диверсифікації продукції та ринків; сприяння розвитку внутрішнього і регіонального туризму;
- 3) просування інновацій і цифровізації еко-системи туризму; особливо важливими стають формування інноваційних рішень та інвестування у розвиток цифрових навичок, особливо у осіб, які знаходяться у пошуку роботи;
- 4) сприяння забезпечення стійкості та інклюзивного «зеленого» зростання з метою перетворення туризму на конкурентоспроможний, ресурсоефективний і вуглецево нейтральний сектор відповідно до цілей і принципів Паризької угоди про зміну клімату та Порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 року. Зокрема, «зелені» інвестиції можна було б вкладати у розвиток відновлюваної енергетики, «розумних» будинків тощо;

5) покращення координації та партнерських зв'язків з метою забезпечення стабільного майбутнього і досягнення глобальних цілей; забезпечення більшої гнучкості при виборі партнерств та альянсів; об'єднання туристичного сектору з метою формування та вжиття загальних заходів реагування у зв'язку з проблемою пандемії COVID-19.

Щодо технологічних інновацій у туристичному секторі, вони вже зараз активно використовуються та вдосконалюються досить швидко. Зокрема, створюють нові зручні мобільні додатки, в період пандемії створили трекінг-додатки для контролю за кількістю заражених людей, активно використовуються тепловізори для безконтактного вимірювання температури. Але в той же час постає питання кібер безпеки, адже користувачам іноді важко дізнатись та зрозуміти, які саме дані передаються та як їх можуть використовувати. Це викликає недовіру та супротив новим технологіям. Для згладжування цієї проблеми необхідно підвищувати обізнаність шляхом популяризацію інформації про нові технології, їх принципи роботи та можливий вплив на кожну окрему особу.

Щодо майбутнього туризму в контексті сучасних подій WTTC, разом з американською консалтинговою компанією Oliver Wyman, підготувала звіт-дослідження «To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19» (Відновлення та розвиток: майбутнє подорожей та туризму в контексті COVID-19) [54], що містить дослідження впливу COVID-19 на сферу туризму та містить рекомендації та пропозиції щодо сприяння швидкому відновленню масових подорожей, посилення використання провідних технологій та запровадження нових трендів. У звіті сформовано чотири основні тенденції подальшого розвитку туристичної галузі.

1. Зміна попиту. Туристи в сучасних умовах надають перевагу внутрішнім поїздам та обирають місця недалеко від їх дому, щоб не наражати себе та інших людей на небезпеку. Тобто безпека виходить на перший план. Через це Всесвітня федерація туристичних міст оголосила 2021 рік— роком міського туризму. Цей напрям туризму сприятиме розвитку міст, зростанню їх

інноваційності. Популярним трендом туризму став також стейкейшн (staycation) або холістей (holistay) – відпочинок недалеко від будинку, в околицях міста або в інших регіонах країни. Таким чином туристи більше пізнають «рідні» місця, відпочивають там, де до цього не відпочивали. При цьому важливо підтримувати атмосферу справжньої відпустки – не відволікатися на роботу та побутові заняття. Інший вид туризму, який отримав широке використання саме під час пандемії - воркейшн (workation) - це подорож до нового місця, де турист продовжує працювати. Цей вид подорожей, що до пандемії був популярний серед фрілансерів, тепер доступний і для офісних співробітників, які отримали можливість працювати онлайн. Така практика користується популярністю в багатьох компаніях США та Європі вважається одним із способів підвищення продуктивності праці, мотивації та загалом задоволеності роботою в довготривалій перспективі.

Найбільш безпечний формат подорожей під час пандемії роуд – тріп (road trip) - дорожня поїздка автомобілем на великі відстані, за особисто прокладеним маршрутом та відвідуванням найбільш цікавих туристичних локацій, та караванінг (caravaning) - подорожі з проживанням в «будинках на колесах» або автопричепах на передбачених для цього кемпінгах. Таким чином туристи подорожують індивідуально та мають мінімальні контакти із іншими людьми не із близького оточення. Караванінг є найпопулярнішим видом автомобільного туризму для жителів Європи та США, де добре розвинена система кемпінгів. Лідером у цьому напрямку туризму є Німеччина. У 2020 р. 14,8 млн німецьких туристів, у зв'язку із виливом пандемії, віддали перевагу кемпінг туризму, що на 2,84 млн осіб більше порівняно з 2019 р. [9].

Серед трендів туризму в період пандемії – соло-подорожі, які передбачають, що людина може самостійно обирати час, місце, маршрути подорожі, що дозволяє бути гнучким та, знову ж таки, менше наражати на небезпеку себе та інших людей.

Також в період впровадження обмежувальних заходів уряди деяких країн підписали угоди, що дають змогу подорожувати між країнами без необхідності



перебувати на карантині, так звані тревел бульбашки (travel bubbles) або тревел-коридори. Даний тред розпочали Естонія, Латвія та Литва, коли вони сформували тристороннє партнерство, що відкрило громадянам цих країн в'їзд на територію держав-членів. Потім цей досвід перейняли і інші країни – до прикладу, у листопаді 2020 р. Гонконг і Сінгапур оголосили про те, що хочуть створити тревел-бульбашку, яка б дала змогу мандрувати між цими двома містами без карантинного контролю.

2. Здоров'я та гігієна. Здоров'я та безпека є головними критеріями для подорожі під час пандемії. До прикладу, навіть після того, як вакцина стала доступною, мандрівники, ймовірно, залишатимуться більш обережними щодо проблем зі здоров'ям у майбутньому - 88% американців заявили, що збережуть режим миття рук навіть після того, як вірус мине [4]. Вагомим залишається також страх залишитись на карантині в іншій країні та занепокоєння щодо особистої дистанції, тож туристи обирають місця, розташовані недалеко від дому; також вагомим є рівень захворюваності у країні. Тож невеликі та не популярні раніше пункти призначення набирають популярності. Також все більшого значення отримує навчання та підготовка персоналу до роботи в умовах пандемії. В цьому контексті популярності набирає лікувально-оздоровчий туризм. До найбільш відвідуваних напрямків для оздоровлення відносяться Швеція, Іспанія, Сінгапур, Індія, Малайзія, Каліфорнія, Балі та Гаваї. Серед трендамів лікувально-оздоровчого туризму spa-туризм та wellness-туризм. Spa-туризм є традиційно лікувальним – санаторно-курортний, медичний, клінічний, та спрямований на подолання конкретних захворювань, реабілітацію або корекцію тіла. Сформувались також спеціальні програми, націлені на відновлення після перенесення коронавірусної інфекції. Wellness-туризм фокусується на запобіганні і профілактиці хвороб та ознак старіння. Здоровий спосіб життя зараз в тренді, що зумовлює і розвиток такого напрямку туризму. Разом із традиційними закладами Wellness-туризму розвиваються заклади краси які пропонують сучасні напрямки оздоровлення: таласотерапія, енотерапія

(вінотерапія), ароматерапія, бальнеотерапія, фанготерапія, електротерапія, кольоротерапія, кінезотерапія, світлотерапія, музикотерапія тощо.

3. Інновації та цифровізація. Як вже було сказано, технологічний розвиток став особливо актуальним в умовах пандемії COVID-19. За даними WTTC 69% людей, які користувались відеоконференціями під час COVID-19 вперше, будуть і надалі користуватись ними замість живих зустрічей; збільшилась кількість туристів, що користуються безконтактними способами оплати; збільшилась кількість людей, працюючих вдома тощо.

4. Стійкість. За період карантинних обмежень спостерігались позитивні зміни для навколишнього середовища через припинення роботи транспорту, промислової діяльності, зокрема за даними WTTC у 2020 р. відбулось зниження на 8% викидів CO<sub>2</sub>; в усьому світі спостерігається покращення стану повітря та водних ресурсів. Серед негативних наслідків – зростання браконьєрства. Тому наразі фокус світової спільноти зосереджено на розвитку екологічного та відповідального туризму.

Отже можемо стверджувати, що у світі відбулись досить оперативні та в деякій мірі прогнозовані коригування сфери туризму, зокрема збільшення тяжіння до внутрішніх подорожей. Ключовим аспектом для приваблення туристів є оперативне та достовірне інформування про ситуацію в країні, а також рівень безпеки та дотримання відповідних заходів у закладах туристичного бізнесу та в країнах в цілому. Важливу роль також відіграє діджиталізація сфери – той бізнес, який слідує цьому вимушеному прогресу, отримує переваги та приваблює більше споживачів.

### **3.2. Обґрунтування напрямів диверсифікації зовнішньої торгівлі туристичними послугами та прогнозна оцінка їх ефективності**

Тож на даний момент, хоч і почалось незначне відновлення, однак сфера туризму все ще знаходиться у складному становищі. Згідно з останнім виданням

Всесвітнього туристичного барометру UNWTO, приблизно 54 млн туристів перетнули міжнародні кордони в липні 2021 року, що на 67% менше, ніж за той самий місяць 2019 року, але це найкращий результат з квітня 2020 року. Хоча ця цифра на 20 млн вище за показники 2020 року (34 млн міжнародних прибуттів), але все ж значно нижче 164 млн, зафіксованих у 2019 р. [54]. Згідно з опитуванням станом на вересень 2021 року, до головних факторів, які сприяли б відновленню міжнародного туризму віднесли: 1) швидкий процес поширення вакцинації (76%); 2) скасування більшості обмежень на подорожі (70%); 3) спільні дії країн щодо протоколів подорожей (67%).

Як вже було зазначено цифрові технології почали відігравати особливу роль під час пандемії, зокрема, досить поширеними стали рішення із «онлайн-подорожами» за допомогою технологій віртуальної та доповненої реальності. Звичайно, за таких рішень залишиться проблема недоотримання коштів транспортними компаніями, готелями та закладами харчування.

В контексті згаданих вище трендів туризму, прогнозується зростання популярності коротких по тривалості подорожей; подорожей до сусідніх країн/країн із невисоким рівнем захворюваності та високим рівнем дотримання стандартів безпеки; подорожей до мало відомих, «нетуристичних» місць; індивідуальних тематичних турів (до прикладу, гастротуризм, спа-туризм, подієвий туризм, сільський туризм) та подорожей, які можливо суміщати з роботою.

Туристичний ринок є досить мінливим, тобто легко піддається впливу різноманітних факторів, в чому на практиці ситуації з пандемією упевнився весь світ. Тож для туристичних фірм надзвичайно важливо залишатися гнучкими та вмісти адаптувати свої продукти під мінливе середовище.

Щодо подальшого розвитку туризму рекомендується зробити акцент на таких напрямках, як сільський туризм, екотуризм, гастротуризм які можуть бути взаємопов'язані та стати альтернативою багатолюдним містам. Відпочинок у природних місцевостях також допомагає розслабитись та відпочити від

постійного стресу міського життя, що особливо актуально у період пандемії, коли обставини навколо змінюються щодня.

Сільський туризм передбачає надання послуг із проживання, харчування та проведення часу у сільській місцевості; з боку туриста – участь у вирощуванні рослин та догляду за тваринами; дослідження місцевих звичаїв, традицій, «занурення» у місцеву культуру.

Екотуризм передбачає подорожі до недоторканих природоохоронних об'єктів, де турист виступає більше у ролі спостерігача і не здійснює шкідливого впливу на навколишнє середовище. Такий вид туризму сприяє збереженню природних територій, що особливо важливо у контексті сучасної орієнтації на підтримку сталого розвитку, а також «трендів на екологічне», що активно розвиваються. Екотуризм оскільки поєднує у собі переваги і туризму, і рекреації, особливо в умовах пандемії коронавірусу. Найбільший темп зростання європейського ринку екотуризму спостерігався у 2020 р. За оцінками Європейської федерації сільського туризму, європейський ринок зеленого туризму становить близько 2 млн. ліжок-місць за один туристичний сезон, що створює за сезон понад 200 млн євро. прибутків малим туристичним фірмам, що діють у сфері «зеленого» туризму та рекреації [13].

Гастротуризм передбачає знайомство з країною за допомогою страв національної кухні; для туристів, що надають перевагу такому виду відпочинку їжа – частина культури та сприймається у тісному зв'язку з історією, релігією, політикою, традиціями тощо. Окрім відвідування ресторанів національної кухні, туристи також можуть брати участь у приготування певних страв, відвідувати місцеві ярмарки, фермерські ринки тощо. Гастротуризм, відповідно, може бути міським та сільським. Цифри опитування Всесвітньої асоціації гастрономічних подорожей (World Foodtravel Association) свідчать про те, що гастротуризм продовжує набирати популярність [5]:

- 81% респондентів вважають, що місцева їжа допомагає їм зрозуміти місцеву культуру;

- 82% респондентів дізнаються про місцеві страви та напої під час подорожей;
- 59% респондентів вважають, що місцева їжа та напої важливіші для туризму, ніж п'ять років тому;
- близько 70% респондентів привозять місцеву їжу чи напої додому як сувенір/подарунок.

На 6 засіданні Всесвітнього форуму UNWTO з гастрономічного туризму зазначили, що гастрономічний туризм додає життєздатності сільським громадам, підтримує невеликих місцевих виробників їжі та зміцнює їх позиції на ринку, сприяючи доданню цінності туристичному досвіду, збереженню та розвитку місцевих продуктів і ноу-хау. Прогнозується, що гастротуризм зросте на 9% до 2024 року [51].

Щодо сільського туризму, попит на нього формується загалом через те, що окрім відпочинку від швидкого темпу життя міста, турист має можливість споживати натуральні продукти за нижчими цінами, ознайомитись із традиціями місцевості, займатися різноманітними видами відпочинку (риболовля, катання на конях, різьба по дереву тощо). Також такий вид відпочинку досить доступний для туристів із різним рівнем доходу.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) у 2021 р. створила ініціативу «Найкращі туристичні села», яка націлена на визначення сіл, які використовують інноваційні та трансформаційні підходи до туризму в сільській місцевості відповідно до Цілей сталого розвитку (ЦСР) з метою використання туризму як засобу трансформації розвитку сільських районів та добробуту громад. Ініціатива прагне зменшити регіональну нерівність та призупинити депопуляцію сільського населення. Ініціатива також покликана на підвищення ролі туризму в охороні та збереженні сіл разом з пов'язаними з ними ландшафтами, біологічним і культурним різноманіттям, місцевими цінностями та видами діяльності, включаючи гастрономію.

Запуск ініціативи «Найкращі туристичні села» відбувається з нагоди відкриття першого регіонального офісу UNWTO на Близькому Сході (Ер-Ріяд, Саудівська Аравія), підкреслюючи увагу Офісу, серед інших питань, на ролі туризму в сільському розвитку [50].

Тож сільський та екотуризм мають позитивний вплив на збереження та розвиток сільських територій, раціональне використання природних ресурсів, стимулює розвиток господарств, збільшує попит на натуральні продукти харчування, а також сприяють облаштуванню сільських територій, збереженню культури і традицій.

При використанні описаних вище рекомендацій на основі передбачень експертів прогнозуємо наступне зростання світового експорту у найближчі 5 років (див. рис. 3.3)

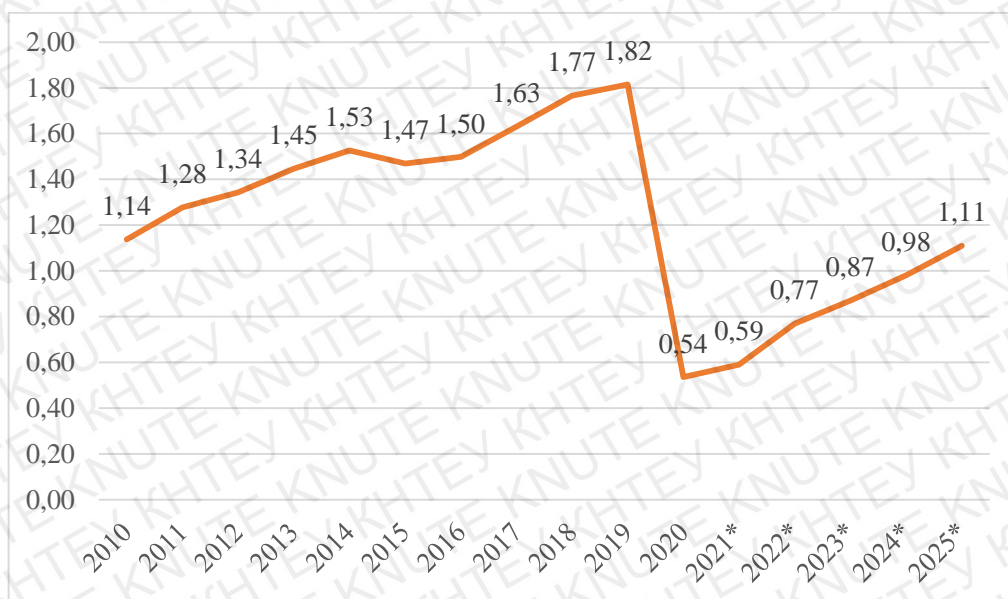


Рис. 3.3. Прогноз динаміки експорту туристичних послуг до 2025 р.

Згідно з даним прогнозом очікується помірне відновлення туристичної галузі на 10-15% щороку. До 2025 року не очікується повернення до допандемічного рівня з огляду на нинішню ситуацію (досить незначне покращення у першому кварталі 2021 року), непередбачуваність пандемії, зокрема мутацій штамів вірусу та надання переваги внутрішньому туризму в умовах невизначеності.

Тож диверсифікація напрямів діяльності стає актуальною для туристичного ринку; туроператорам рекомендується створювати нові спеціалізовані тури, з урахуванням персональних побажань споживачів їх послуг. Прикладами таких турів можуть стати шопінг-тури, гастро-тури, спа-тури тощо. Вибір конкретного напрямку буде залежати також від наявних ресурсів країни.

### **Висновки до розділу 3**

Проаналізовано наслідки пандемії для світового ринку туризму, а також заходи урядів щодо допомоги компаніям туристичного сектору, зокрема тимчасове звільнення від оподаткування, безвідсоткове кредитування, оперативне інформування про загрози та можливості.

Доведено важливість активного впровадження технологій як на стадії інформування та замовлення послуг, так і безпосередньо під час надання послуг (онлайн-виставки, тури тощо).

Серед напрямків відновлення туристичного сектору виділяють боротьбу із соціально-економічними наслідками пандемії; сприяння інвестиційній діяльності у сфері туризму, а також диверсифікації продукції та ринків; формування та просування інновацій; сприяння забезпечення сталого розвитку в рамках реалізації туристичних послуг; покращення координації та партнерських зв'язків в рамках туристичного сектору та за його межами.

Виявлено також наступні тенденції розвитку туристичного сектору: зміна попиту, зокрема, перевага найменш віддаленим країнам, нетривалі поїздки, подорожі на власних транспортних засобах; ключовий аспект – забезпечення безпеки для здоров'я – туристи надають перевагу країнам з низьким рівнем захворюваності та високим рівнем дотримання протиепідемічних заходів.; розвиток екологічного та відповідального туризму.

В даному контексті запропоновано зробити акцент на розвитку екотуризму, сільського туризму та гастротуризму. Саме ці види туризму є оптимальними у контексті найменших контактів із іншими людьми, можливостей до споживання натуральних продуктів, вартості, відпочинку від стресу, зняття напруги. Крім того, вони сприяють збереженню природних територій, що особливо важливо у контексті сучасної орієнтації на підтримку сталого розвитку, а також «трендів на екологічне», що активно розвиваються.

Навість за дотримання рекомендацій прогнозується досить помірне відновлення туристичної галузі (10-15% щорічно), адже в багатьох країнах ситуація з вірусом залишається критичною; не останню роль відіграють також вимогу щодо вакцинації зважаючи на небажання жителів багатьох країн вакцинуватись, а також розквіт подробних сертифікатів про вакцинацію, що лише збільшує можливість збільшення кількості захворювань.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Визначено поняття міжнародного туризму як тимчасовий виїзд особи з місця проживання з туристичними цілями за межі країни постійного проживання без здійснення оплачуваної діяльності в місті призначення. Розглянуто роль туризму в економіці країн. Проаналізовано різноманітні міжнародні операції з туризму та особливості ведення статистики таких операцій.

Проаналізовано стан світового ринку туризму, зокрема виявлено його тенденції до зростання до кризи, спричиненої пандемією. Виявлено негативні наслідки пандемії для розвитку туристичного сектору, зокрема зниження прибутків, скорочення робочих місць, закриття туристичних фірм, закладів харчування тощо.

Проаналізовано стан міжнародного туристичного ринку в Україні, зокрема виявлено, що частка іноземного туризму є значно меншою, ніж внутрішнього туризму, а також те, що кількість виїзних туристів за 10 років завжди в декілька разів перевищувала кількість в'їзних туристів. Найбільші скорочення кількості туристів в Україні спостерігались у 2014 та 2020 рр.. Найбільша кількість подорожуючих зафіксована із країн-сусідів – Молдови, Білорусі, Росії, Польщі та Румунії.

Виявлено фактори впливу на розвиток туристичної галузі України, зокрема до сприятливих факторів відносять вигідне географічне положення країни, багатство природних ресурсів; велику кількість історичних, культурних і природно-географічних пам'яток світового рівня; можливості для розвитку різних видів та типів туризму (оздоровчого, кулінарного, спортивного, подійного, ділового, екстремального та ін.). Негативними аспектами у галузі туризму залишаються: недостатній рівень фінансової підтримки з боку держави, недосконалість законодавчої бази, що стосується розвитку туристичної індустрії; невідповідність діючої системи управління туризмом з інтересами туристичних установ.

Розглянуто рекомендації щодо відновлення та подальшого розвитку туризму в Україні. Зокрема, рекомендується проводити комплексну роботу як на

державному рівні, так і на рівні економічних суб'єктів туристичного сектору по наступних напрямкам: 1) управління кризою та пом'якшення наслідків: збереження робочих місць; підтримки самозайнятих працівників; сприяння перегляду податків, зборів та норм, що стосуються подорожей та туризму; 2) забезпечення прискорення відновлення: надання фінансових стимулів, включаючи сприятливу податкову політику; сприяння спрощенню оформлення віз; підвищення довіри споживачів; 3) підготовка плану на розвиток у майбутньому: акцентувати увагу на ролі туристичного сектору в економіці країни та досягненні цілей сталого розвитку; розробляти плани готовності до викликів майбутнього. Важливим також має бути дотримання протиепідемічних заходів для забезпечення безпеки туристів, а також посилення цифровізації в туристичному секторі та розробка нових привабливих для потенційних споживачів напрямків туризму.

Виявлено також наступні тенденції розвитку туристичного сектору: зміна попиту, зокрема, перевага найменш віддаленим країнам, нетривалі поїздки, подорожі на власних транспортних засобах; ключовий аспект – забезпечення безпеки для здоров'я – туристи надають перевагу країнам з низьким рівнем захворюваності та високим рівнем дотримання протиепідемічних заходів.; розвиток екологічного та відповідального туризму.

В даному контексті запропоновано зробити акцент на розвитку екотуризму, сільського туризму та гастротуризму. Саме ці види туризму є оптимальними у контексті найменших контактів із іншими людьми, можливостей до споживання натуральних продуктів, вартості, відпочинку від стресу, зняття напруги. Крім того, вони сприяють збереженню природних територій, що особливо важливо у контексті сучасної орієнтації на підтримку сталого розвитку, а також «трендів на екологічне», що активно розвиваються.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Внучко С., Тимошенко Т. Covid-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українській реалії URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHTNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINSKI-REALIYI.pdf>
2. Вольська А.О., Годнюк І.В. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/365.pdf>
3. Воронкова В.Г., Череп А.В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії covid-19 URL: <http://humstudies.com.ua/article/view/243439/241307>
4. Воронкова В.Г., Череп А.В. Креативні цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу: поширення європейського досвіду в Україні. Humanities studies: збірник наукових праць / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. Випуск 6 (83). С.165-179.
5. Всесвітня асоціація гастрономічних подорожей URL: <https://worldfoodtravel.org/> (дата звернення 29.10.2021)
6. ГО «Центр прикладних досліджень». Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904/%D0%92%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2+COVID-19+%D1%82%D0%B0+%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%85+%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%8C+%D0%BD%D0%B0+%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D1%83+%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8.+%D0%9A%D0%B0%D0%B1%D1%96%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B5+%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F+%D0%A6%D0%9F%D0%94.+%D0%9B%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D1%8C+2020.pdf/b7398098-a602-524d-7f88-6189058f69d3?version=1.0&t=1597301028775>
7. Головата Р. І., Шепіда М. Б. Детермінанти розвитку в'їзного туризму в Україні URL: [http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Naukovo\\_Doslidna\\_Chastyna/Docs/2020.08.22\\_STUD.\\_ZBIRNIK\\_2020\\_RIK.pdf#page=166](http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Naukovo_Doslidna_Chastyna/Docs/2020.08.22_STUD._ZBIRNIK_2020_RIK.pdf#page=166)
8. Горіна Г. О., Бабушко С.Р., Безкоровайна Л.В., Богатирьова Г.А. та ін. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/>
9. Дані Всесвітньої Ради з подорожей та туризму. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (дата звернення 27.10.2021)
10. Державна прикордонна служба України. Туристична статистика України URL: <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b->

ddb7f5568c68/page/w55UC?fbclid=IwAR0dAWYN3dTY4eniCqn\_dhu6NjKPpB  
KBG3i1CV1JY6p6q1J7i807sBA8TU8

11. Державна служба статистики України. Туризм. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 10.10.2021)
12. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с. Укр. мова
13. Європейська федерація сільського туризму URL: <https://www.ruraltour.eu/>
14. Зануда А. Коронавірус: скільки втрачає туризм. BBC News Україна, 16 березня 2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (дата звернення: 17.04.2021).
15. Заячківська Г. Міжнародний туризм як економічна категорія: теоретичні аспекти. Електронний ресурс. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/13626/1/%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20%D1%8F%D0%BA%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F.pdf>
16. Із наступного року в Україні почнуть вести туристичну статистику. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3055559-iz-nastupnogo-roku-v-ukraini-pocnut-vesti-turisticnu-statistiku.html>
17. Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. Інноваційна економіка. 2012. № 29. С. 43–49.
18. Коронавірус завдасть світовому туризму \$2,1 трлн збитків – дослідження. Журнал «Бізнес», 31 березня 2020. URL: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomuturizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya> (дата звернення: 17.04.2021).
19. Лесюта Н. Ю. Міжнародна діяльність туристичного підприємства. Електронний ресурс. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14198/1/NRMSE2019\\_V3\\_P095-096.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14198/1/NRMSE2019_V3_P095-096.pdf)
20. Мельниченко С. В., Авдан О. Г. Туристичний бренд України: фактори впливу URL: [https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/2103/1/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%B8%20XII%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84\\_%D0%A2%D0%BE%D0%BC%201\\_25-03-21.pdf#page=40](https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/2103/1/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%B8%20XII%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84_%D0%A2%D0%BE%D0%BC%201_25-03-21.pdf#page=40)
21. Мехович А. С. Науково-прикладний аспект управління розвитком міжнародного туризму у сучасних умовах. *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит.* №1- 2(155- 156). 2021
22. Міжнародні рекомендації зі статистики туризму, 2008 рік / Організація Об'єднаних Націй URL: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm\\_83rev1r.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf).

23. Національний інститут стратегічних досліджень щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf> (дата звернення 26.10.2021)
24. Непочатенко В. О. COVID-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7\\_2020/54.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/54.pdf)
25. Офіційний сайт ВТО. URL: <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Family/Detail/1077>
26. Офіційний сайт ВТО. Вакцинація та відкриття кордонів стимулюють відновлення туризму URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
27. Офіційний сайт Світового Банку URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2019&start=1995&view=chart> (дата звернення 15.09.2021)
28. Пандемія COVID-19 і її наслідки у сфері туризму в Україні. Спеціальний звіт аналітично-дослідницької організації Hotel & Destination Consulting (HDC) за підтримки ЄБРР у рамках ініціативи Європейського Союзу EU4Business. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
29. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу України. Електронний ресурс. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/12495/2/2941-10759-1-PB%20%281%29.pdf>
30. Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму: Навч. пос.. Одеса : ОНЕУ, 2014. 204 с.
31. Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 06.06.2020 № 35 «Про затвердження Тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів під час проведення культурно-мистецьких заходів на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)». URL: <https://moz.gov.ua>
32. Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 08.05.2020 №18 «Про затвердження Тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів при роботі закладів громадського харчування на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)». URL: <https://moz.gov.ua>
33. Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 21.05.2020 №22 «Про затвердження Тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів в готелях на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)». URL: <https://moz.gov.ua>
34. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної підтримки культури, туризму та креативних індустрій : Закон України від 04.11.2020 р. № 962-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-20#Text> (дата звернення: 14.10.2021).

35. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 16 жовт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 10.09.2021).
36. Разінькова М. Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2020. 3, лют. С. 32–36.
37. Романова А. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. 13 березня, 2020 URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvatiindustriyu-ostanni-novini-50075544.html> (дата звернення: 17.04.2021).
38. Світлична В. Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень. *Комунальне господарство міст*, 2020, том 5, випуск 158.
39. Світлична В.Ю. Забезпечення стійкості та повноцінного функціонування туристичної сфери в сучасних умовах адаптації до змінюваних епідеміологічних обставин/ ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. *Комунальне господарство міст*. 2020. Вип. 160, том 7. С. 53-62
40. Статистика ВТО. Офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/statistic/basic-tourism-statistics>
41. Укрінформ. ЄБРР оновив Дорожню карту підтримки туристичного бізнесу в Україні URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3227791-ebrr-onoviv-doroznu-kartu-pidtrimki-turisticnogo-biznesu-v-ukraini.html>
42. Шамара І. М. Теоретичні підходи до визначення поняття туризм, його сутність та роль на сучасному етапі. Вісник ХНУ імені В. Н. КАРАЗІНА. Вип. № 5. 2016. С. 167-170.
43. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. Ефективна економіка №12, 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659>
44. 2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals, 28 JAN 21. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (дата звернення: 18.04.2021).
45. COVID-19: Resources for Airlines & Air Transport Professionals. IATA, 2020. URL: <https://www.iata.org/en/programs/covid-19-resources-guidelines/> (дата звернення: 01.04.2021).
46. Dow, Roger (2020), State of the travel industry. URL: [https://www.ustravel.org/sites/default/files/media\\_root/document/State%20of%20the%20Travel%20Industry%202020%20Remarks\\_Roger%20Dow1.docx.pdf](https://www.ustravel.org/sites/default/files/media_root/document/State%20of%20the%20Travel%20Industry%202020%20Remarks_Roger%20Dow1.docx.pdf)
47. Mappa del turismo responsabile in Italia. AITR, 2020. URL: <http://www.aitr.org/mappa-del-turismo-responsabile-in-italia/> (дата звернення: 01.04.2021).
48. Number of international tourist arrivals worldwide from 2010 to 2020, by region URL: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/> (дата звернення 15.09.2021)

49. United Nations Secretary General Policy Brief (2020), COVID-19 and Transforming Tourism, August 2020. URL: <https://unsdg.un.org/resources/policy-brief-covid-19-and-transforming-tourism> (дата звернення: 21.04.2021).
50. UNWTO opens call for best tourism villages URL: <https://www.unwto.org/tourism-villages/en/unwto-opens-call-for-best-tourism-villages/> (дата звернення 29.10.2021)
51. UNWTO/BASQUE Culinary center forum highlights gastronomy tourism as driver of rural development URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-bcc-forum-highlights-gastronomy-tourism-as-driver-of-rural-development> (дата звернення 29.10.2021)
52. Welcomer Network. URL: <https://welcomer.net/>
53. When will travel and tourism return to normal post-COVID? | World Economic Forum (weforum.org) URL: [www.weforum.org/agenda/2021/02/tourism-industry-covid19-recovery-government-response/](http://www.weforum.org/agenda/2021/02/tourism-industry-covid19-recovery-government-response/) (дата звернення: 20.04.2021).
54. World Travel & Tourism Council. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/To%20Recovery%20and%20Beyond-The%20Future%20of%20Travel%20Tourism%20in%20the%20Wake%20of%20COVID-19.pdf?ver=2021-02-25-183120-543> (дата звернення 27.10.2021)
55. WTTC (2020), «Safe Travels»: Global Protocols & Stamp for the New Normal. URL: <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> (дата звернення: 17.04.2021).
56. WTTC Press Release, 174 million Travel and Tourism jobs could be lost due to COVID-19 and travel restrictions, 29 October 2020. URL: <https://wtcc.org/News-Article/174m-Travel-&-Tourism-jobs-could-be-lost-due-to-COVID-19-and-travel-restrictions> (дата звернення: 21.04.2021).

# ДОДАТКИ



## Підходи науковців до визначення поняття «туризм»

Автор	Сутність визначення
В. Хунцікер і К. Крапф	низка явищ і взаємин, які виникають у результаті подорожі, якщо вона не приводить до постійного місця перебування у певному місці та не пов'язана з отриманням прибутку
Т. Девідсон	соціально-економічний феномен, котрий діє як двигун економічних процесів і як соціальна сила
В. Квартальнов	сукупність явищ і взаємин, які виникають при взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади та місцевого населення у процесі туристичної діяльності
О. Любіцева	діяльність особи, котра подорожує на території поза звичайним середовищем проживання на термін від одного дня до одного року і не пов'язана з оплачуваною діяльністю
О. Бейдик	сукупність відносин і явищ, які виникають у процесі подорожі та перебування людей поза межами постійного місця проживання, якщо перебування не перетворюється у тривале проживання або тимчасове заняття заради заробітку; усі види переміщення населення, не пов'язані зі зміною місця проживання і роботи, з метою відпочинку, лікування, участю в наукових, культурних, ділових зустрічах; специфічний громадський рух і форма активного відпочинку, що мають культурно-виховне, науково-пізнавальне, спортивнооздоровче значення
М. Морозова	сукупність складових: продуктів, сервісу, об'єктів показу та виробничих одиниць, пропонованих індивідуальним споживачам або групам споживачів, які тимчасово залишили місце постійного проживання і подорожують у певні туристичні пункти призначення (дестинації)

*Джерело: складено автором на основі [1]*

## PEST-аналіз туристичної галузі України

Фактор	Вплив фактору	Оцінка експертів					Середня оцінка	Оцінка з урахуванням значущості
		1	2	3	4	5		
<b>Політичні фактори</b>								
Рівень підтримки туристичного сектору державою	2	3	2	4	3	3	3	0,25
Рівень політичної стабільності	3	1	2	4	3	2	2,4	0,30
Зміна правил на в'їзд / виїзд	1	3	5	5	4	4	4,2	0,18
<b>Економічні фактори</b>								
Динаміка валютних курсів	2	2	1	3	2	1	1,8	0,15
Рівень доходів населення	2	3	3	4	2	2	2,8	0,23
Розвиток туристичної інфраструктури	2	4	4	3	3	5	3,8	0,32
<b>Соціально культурні фактори</b>								
Рівень мобільності населення	3	4	3	2	3	1	2,6	0,33
Чисельність населення	2	2	2	1	2	1	1,6	0,13
Рівень освіти та культури населення	1	3	2	1	4	2	2,4	0,10
<b>Технологічні фактори</b>								
Ступінь використання сучасних технологій у туристичній сфері	3	4	4	5	3	4	4	0,5
Технологічні розробки	2	3	4	3	2	3	3	0,25
Зміни в законодавстві щодо технічних аспектів у сфері	1	4	3	2	2	1	2,4	0,1

Таблиця Б.2

## Зведена таблиця PEST аналізу

Політичні фактори		Економічні фактори	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Рівень підтримки туристичного сектору державою	0,25	Динаміка валютних курсів	0,15
Рівень політичної стабільності	0,3	Рівень доходів населення	0,23
Зміна правил на в'їзд / виїзд	0,18	Розвиток туристичної інфраструктури	0,32
Соціально-культурні фактори		Технологічні фактори	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Рівень мобільності населення	0,33	Ступінь використання сучасних технологій у туристичній сфері	0,50
Чисельність населення	0,13	Технологічні розробки	0,25
Рівень освіти та культури населення	0,10	Зміни в законодавстві щодо технічних аспектів у сфері	0,10