

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
\_\_\_\_\_Л. М. Побоченко  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

## (ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА  
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ  
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

Тема: «Проблеми розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах пандемічної кризи»

Виконавець: Бучинська Аліна Валентинівна,  
група МEB-401

\_\_\_\_\_  
(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент кафедри міжнародних  
економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ  
Соколова Зоя Сергіївна

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Нормоконтролер: Пічкурова Зоя Володимирівна

\_\_\_\_\_  
(підпис нормоконтролера)

Київ - 2022

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу  
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Побоченко Л.М.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## ЗАВДАННЯ

### на виконання кваліфікаційної роботи

#### Бучинської Аліни Валентинівни

1. Тема роботи «Проблеми розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах пандемічної кризи» «19» квітня 2022 р. №399/ст.
2. Термін виконання роботи: з 09 травня 2022 року по 19 червня 2022 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання ринку туристичних послуг України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державного агентства розвитку туризму України, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, KPMG, World Investment Report, BCG, World Tourism Barometer, World Travel and Tourism Council Data, щорічні звіти міжнародних організацій: Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку (СБ).
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні засади дослідження туристичної індустрії в системі міжнародних економічних відносин, аналіз сучасного стану розвитку світової туристичної індустрії, вектори та перспективи розвитку туристичної діяльності в Україні в умовах інтеграції в світовий економічний простір.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 10 таблиць та 21 рисунок.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 26 слайдів.

## 6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	28.03.2022	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	04.04.2022	Виконано
3.	Розкрити теоретичні засади розвитку світового ринку туристичних послуг.	05.04.2022 – 10.04.2022	Виконано
4.	Оцінити сучасний стан розвитку світового ринку туристичних послуг.	11.04.2022 – 08.05.2022	Виконано
5.	Визначити та обґрунтувати конкурентоспроможність України на світовому ринку туристичних послуг.	09.05.2022 – 22.05.2022	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	23.05.2022 – 29.05.2022	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	30.05.2022	Виконано
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	01.06.2022	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	03.06.2022	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	07.06.2022	Виконано

8. Дата видачі завдання: «04» квітня 2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Соколова З.С.  
(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_  
(підпис випускника)

Бучинська А.В.  
(П.І.Б)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Проблеми розвитку міжнародного туризму в світі під впливом пандемії COVID-19»: 101 сторінка, 10 таблиць, 21 рисунок, 86 літературних джерел.

**Перелік ключових слів (словосполучень):** МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ПАНДЕМІЯ COVID-19, ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ, МІЖНАРОДНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ, СВІТОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК, СВІТОВА ЕКОНОМІКА, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.

**Об'єкт дослідження:** світовий і український ринок туризму.

**Предмет дослідження:** теоретичні і практичні аспекти проблеми розвитку міжнародного туризму в світі під впливом пандемії COVID-19.

**Мета кваліфікаційної роботи:** на основі аналізу впливу пандемії COVID-19 на міжнародний туризм в світі окреслити проблеми та пріоритетні напрямки його розвитку.

**Методи дослідження:** загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні та інші.

**Отримані результати та їх новизна:** в процесі дослідження було визначено проблеми та пріоритетні напрямки розвитку міжнародного туризму під впливом пандемії COVID-19; наслідки впливу пандемії на розвиток туризму; перспективи відновлення та подальшого розвитку світового туристичного ринку в умовах пандемії COVID-19.

**Значущість виконаної роботи та висновки:** подальше створення належних і достатніх умов для відновлення туристичної діяльності у світі та Україні, а саме створення правових, організаційно-адміністративних, економічних, політичних умов забезпечення туристичної привабливості.

**Рекомендації щодо використання результатів:** матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати для застосування при написанні звітів щодо проблем міжнародної туристичної діяльності під час COVID-19.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ .....	9
1.1. Сутність та економічні особливості світового ринку туристичних послуг в контексті розвитку світового господарства .....	9
1.2. Класифікація видів туристичних послуг .....	18
1.3. Показники розвитку ринку туристичних послуг.....	24
РОЗДІЛ 2	
СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ .....	32
2.1. Обсяги, структура та тенденції світового ринку туристичних послуг .....	32
2.2. Світові тренди розвитку ринку туристичних послуг .....	44
2.3. Фактори впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг, включаючи пандемію COVID-19.....	52
РОЗДІЛ 3. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖІСТЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЧНОЇ КРИЗИ.....	61
3.1. Головні характеристики туристичних послуг України .....	61
3.2. Фактори впливу на розвиток туристичних послуг України .....	74
3.3. Пріоритетні напрямки розвитку туристичних послуг України.....	82
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	94

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** В умовах глобальної пандемічної кризи тимчасове припинення діяльності туристичної галузі, особливо у сфері міжнародного туризму, призвело до певних побоювань учасників ринку стосовно перспектив розвитку галузі рекреації та потреби у висококваліфікованих спеціалістах на ринку праці, адже в щорічних звітах провідних міжнародних організацій, таких як Всесвітня туристична організація (UNWTO) та Всесвітня рада з подорожей та туризму, найбільше увага приверталася до ролі туристичного бізнесу в забезпеченні зайнятості населення. Відповідно, традиційні підходи до організації туристичних подорожей вимагають оновлення та видозмінюються із додаванням нетипових складових, але незмінним лишається попит резидентів будь-якої країни на цікаве проведення вільного часу та дозвілля. Сьогодні традиційні види туризму переживають стадію занепаду, однак водночас спостерігається поява нових видів і форм відпочинку, яка враховує обмеження на тимчасові переміщення й особливості ділових і міжособистісних комунікацій у дистанційному режимі.

В умовах трансформаційних змін в економіці України туристичний бізнес є одним із перспективних напрямів розвитку, враховуючи значні історичні, природні, культурні цінності України, існуючу національну, міжнародну кооперацію вітчизняних і закордонних підприємств та потенційні можливості прибутковості.

Туризм є одним з ключових стратегічних економічних секторів, який робить вагомий внесок у ВВП і експорт країн і, таким чином, відіграє провідну роль в процесі відновлення в посткризовий період розвитку світової економіки. Для багатьох країн міжнародний туризм є найприбутковішою галуззю економіки, а доходи від нього – визначною складовою національних бюджетів.

Туристичний бізнес України протягом останнього десятиліття демонстрував стрімке і стабільне зростання, ця тенденція співпадала зі світовою динамікою розвитку туризму. Але у зв'язку з поширенням пандемії COVID-19 галузь туристичних послуг в усьому світі постраждала найбільше, зокрема через

обмежувальні заходи щодо пересування громадян та заборону авіапереvezень тощо, тому на даному етапі необхідно розробляти напрямки виходу галузі з кризи.

Проблемам функціонування та розвитку світового ринку туристичних послуг присвячені досягнення таких іноземних учених, як Р. Бартон, П. Бернекер, А. Бул, Дж. Інгрем, Ф. Котлер, Л. Сміт, Г. Харріс, Дж. Холловей.

Питанням функціонування та перспектив подальшого розвитку ринку туристичних послуг України присвячено роботи вітчизняних вчених: М. Бойко, М. Босовської, О. Гальцової, В. Данильчука, М. Кабушкіна, В. Кифяка, Н. Коржа, О. Любіцевої, В. Мацуки, Н. Моїсеєвої, О. Покатаєвої, Г. Скляра, Т. Ткаченко, О. Трохимець, Н. Ушенко, І. Черниш, Н. Щербакової та ін.

В сучасних умовах пандемії погляд на подальший розвиток туристичної індустрії потребує глибокого аналізу. Зокрема, варто відзначити вітчизняних дослідників, які проаналізували вплив пандемії на туризм: В. О. Непочатенко, С. О. Даниліна, Г. М. Коцюрубенко, О. В. Шикіна, Н. О. Дугієнко, А. Г. Бондаренко, А. Мазаракі, Т. Ткаченко, О. Гладкого та ін.

Однак вплив наслідків світової пандемії, яка розпочалася у кінці 2019 року, недостатньо досліджений і потребує розроблення детальних заходів, які необхідні для підтримання та стимулювання розвитку туристичної галузі.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження проблем розвитку міжнародного туризму в світі під впливом пандемії COVID-19.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд **завдань**:

- визначити сутність та економічні особливості світового ринку туристичних послуг в контексті розвитку світового господарства;
- розкрити класифікацію видів туристичних послуг;
- розглянути показники розвитку ринку туристичних послуг;
- проаналізувати світовий ринок туристичних послуг, його обсяги, структуру та тенденції;
- дослідити світові тренди розвитку ринку туристичних послуг;
- визначити фактори впливу на розвиток світового ринку туристичних

послуг, включаючи пандемію COVID-19;

- проаналізувати головні характеристики туристичних послуг України;
- розглянути фактори впливу на розвиток туристичних послуг України;
- розкрити пріоритетні напрямки розвитку туристичних послуг України.

**Об'єкт дослідження** є світовий ринок туристичних послуг в умовах пандемічної кризи.

**Предмет дослідження** є теоретичні і практичні аспекти проблем розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах пандемічної кризи.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети в роботі використано наступні методи дослідження: теоретичного узагальнення та порівняння; класифікації та систематизації; аналізу та синтезу; графічний; статистичного аналізу; економіко-математичного моделювання; порівняльних та експертних оцінок, а також методи логічного, системно-структурного аналізу економічних процесів та зв'язків, статистичного, порівняльного, факторного та структурного, секторально-галузевого та діалектичного підходів.

**Джерельно-інформаційну базу** складають праці та розробки вітчизняних та іноземних науковців та експертів, законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання ринку туристичних послуг України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державного агентства розвитку туризму України, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, KPMG, World Investment Report, BCG, World Tourism Barometer, World Travel and Tourism Council Data, щорічні звіти міжнародних організацій: Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), Всесвітньої організації здоров'я, Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку (СБ), періодичні видання тощо.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку бібліографічних посилань використаних джерел. В роботі розміщено 10 таблиць та 21 рисунок. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 86 найменувань на восьми сторінках.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

### **1.1. Сутність та економічні особливості світового ринку туристичних послуг в контексті розвитку світового господарства**

В умовах сьогодення туристична галузь продовжує випереджати світову економіку, незважаючи на погіршення глобальних економічних перспектив, напруженість у міжнародній торгівлі, соціальні хвилювання, геополітичну невизначеність, нестабільність і пандемію COVID-19.

У зв'язку з поширенням COVID-19 галузь туристичних послуг постраждала найбільше, зокрема через обмежувальні заходи щодо пересування громадян та заборону авіап перевезень тощо [19, с.64].

Туризм у наш час є цілісним міжгалузевим видом діяльності, який забезпечує вирішення багатьох економічних, соціальних, політичних, екологічних проблем.

Розвиток туризму особливо актуальний в економіці країни, оскільки саме завдяки туристичній галузі можна поліпшити соціально-економічну ситуацію загалом, адже він за рахунок свого мультиплікаційного ефекту може забезпечувати зростання доходів і покращення показників господарювання у багатьох видах економічної діяльності. Зокрема, завдяки туристичній галузі підтримується майже 50 суміжних, один турист дає роботу 10 особам, а створення одного робочого місця в туризмі в 20 раз дешевше, ніж у промисловості [40, с.44].

Сучасний туризм – це сфера соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилась на індустрію, що бурхливо розвивається. Сьогодні у світі кожне 7-ме робоче місце припадає на туристичний бізнес. За даними Світової організації торгівлі (СОТ), у 2019 році кількість міжнародних туристських відвідувань склало 1,5 млрд., тобто в 3 рази перевищило показники 2000 року. Під впливом пандемії COVID-19 в 2020 році кількість іноземних туристів у світі істотно

знизилася, але в 2021 році ця тенденція змінилася і світовий туристичний ринок почав відновлюватися. Щоденні витрати туристів, виключаючи авіап перевезення, становили до 5 млрд дол. на день [43].

Для визначення економічної природи міжнародних туристичних послуг, спочатку необхідно з'ясувати суть та зміст туризму. Отже, туризм є одним з секторів світової економіки, що має одні з найвищих темпів розвитку. Сфера його впливу як на світову, так і на економіку окремо взятої країни постійно розширюється. За оцінками експертів ЮНВТО, у першій чверті ХХІ ст. туризм вже став одним з двигунів світової економіки.

Одне з перших визначень поняття «туризм» сформував австрійський економіст Герман фон Шуллерд у 1910 р. Він трактував його як «загальну суму дій, переважно економічної сутності, що мають безпосереднє відношення до в'їзду, проживання та пересування іноземців всередині і за межами певної держави, міста або регіону» [13, с.7].

У 1954 році ООН визначила поняття «туризм» як активний відпочинок, який може вплинути на фізичний розвиток людини, зміцнення здоров'я, за межами постійного місця проживання.

В основу сучасного визначення туризму, схваленого на Конференції з туризму і міжнародних подорожей ООН (Рим, 1963 р.), а також визнаного Гаазькою декларацією з туризму (1989) та конференцією ЮНВТО зі статистики подорожей і туризму (Оттава, 1991р.), туризм визначається як вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей сучасних суспільств, перетворившись на важливу форму використання вільного часу і основний засіб міжособистісних зв'язків, а також політичних, економічних і культурних контактів.

У 1993 р. Статистична комісія ООН дала визначення туризму як діяльності осіб, що подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища в період до одного року з метою відпочинку, діловими й іншими цілями [15, с.26].

Враховуючи думки науковців, пропонуємо таке визначення поняття «туризм» – є складною соціально-економічною системою невиробничої галузі, яка, на відміну

від інших, включає в себе діяльність територіально окремих фінансово-кредитних, медичних, рекреаційних, лікувально-оздоровчих, митних, освітніх, транспортних, торгівельних, культурно-розважальних, інформаційних, рекламних, об'єктів розміщування і харчування туристичних одиниць, які сприяють тимчасовому індивідуальному, груповому, самодіяльному і плановому в'їзду, виїзду, проживанню та пересуванню всередині і за межами певної держави, міста, регіону людей (споживачів послуг) з метою відновлення працездатності, отримання відпочинку, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних, освітніх, професійно-ділових та спеціалізованих послуг, що здійснюються на підставі внутрішніх та міжнародних угод з урахуванням діючих національних та міжнародних звичаїв [15, с.39].

Міжнародний туризм є планетарним явищем, головною складовою якого є ринок, де надаються міжнародні туристичні послуги [27].

Адже, після визначення дефініції та термінологічних складових категорії «туризм», необхідно проаналізувати сучасні підходи до визначення понятійно-категоріального апарату «міжнародні туристичні послуги». Зазначимо, що дані послуги – це вид діяльності, спрямований на забезпечення умов, необхідних для здійснення операцій з іноземного туризму.

Отже, **міжнародна туристична послуга** – це сукупність послуг, що пов'язані зі створенням, реалізацією, споживанням туристичних продуктів для задоволення культурних, пізнавальних, духовних, рекреаційних, спортивних, ділових та інших запитів, пов'язаних з переміщенням з місця постійного проживання до іншої країни на основі принципів збалансованого використання ресурсів та налагодження мультикультурної взаємодії.

Аналіз визначень міжнародних туристичних послуг у контексті їх місця та ролі на світогосподарському ринку, дав змогу встановити відсутність єдиного підходу у висвітленні їх змісту. Значна частина авторів вважає, що зміст цього поняття зводиться до купівлі-продажу туристичних послуг на міжнародному рівні. Визначення змісту категорії «міжнародні туристичні послуги», що є основою сучасного світового туристичного ринку, вимагає розкриття механізму реалізації їх суті, а саме, відносин у процесі створення та реалізації туристичних продуктів, що

дає змогу визначити їх місце та роль у процесі розширеного відтворення та впливу на соціально-економічний розвиток країн в тому числі тих, що розвиваються [28, с.67].

Міжнародний туризм є глобальним явищем, основою функціонування якого є ринок на якому пропонуються туристичні послуги. Для визначення сутності ринку міжнародних туристичних послуг необхідно розкрити зміст категорії „туристичний ринок”.

Аналіз визначень дав змогу узагальнити та згрупувати існуючі теоретичні підходи до формулювання суті туристичного ринку.

Перша група авторів розглядає суть туристичного ринку як „економічні відносини”. Наприклад, Г. Алейнікова визначає туристичний ринок як „економічні відносини між виробниками і споживачами турпродукту на туристичному ринку, що полягають у процесі перетворення туристично-екскурсійних послуг у гроші, і назад – перетворення грошей у туристично-екскурсійні послуги” [15, с. 117].

Друга група авторів трактує суть туристичного ринку як „суспільно-економічне явище”. Так, А. Дурович дає таку дефініцію: „Туристичний ринок – це суспільно-економічне явище, що об’єднує попит і пропозицію для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту в даний час і у даному місці” [24, с. 135].

Третя група авторів визначає суть туристичного ринку як „систему”. Наприклад, В. Квартальнов наводить таке визначення туристичного ринку: „система світогосподарських зв’язків, у якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг у гроші і оберненого перетворення грошей в туристично-екскурсійні послуги” [28, с. 151].

У результаті дослідження існуючих у фаховій літературі підходів до визначення суті, змісту та результату функціонування ринку міжнародних туристичних послуг, нами пропонується таке авторське визначення:

**Ринок міжнародних туристичних послуг** - складна, багаторівнева система взаємовідносин між суб’єктами ринку (виробниками, постачальниками, посередниками, споживачами, конкурентами та контактними аудиторіями) у процесі

купівлі-продажу туристичних послуг з приводу узгодження і реалізації їхніх економічних інтересів.

Розкриття сутності будь-якого ринку передбачає визначення його структури. Беручи за основу види і форми міжнародного туризму, ринок міжнародних туристичних послуг доцільно класифікувати за наступними ознаками:

- мета подорожі: ринок рекреаційного, релігійного, етнічного та інших видів туризму;
- тип пропозиції: ринок групового, сімейного та індивідуального туризму;
- спосіб організації поїздки: ринок організованого і ринок приватного туризму;
- перетин національних кордонів: генеруючий і приймаючий ринки.

За ступенем зрілості ринкових відносин ринок міжнародних туристичних послуг можна поділити на:

а) розвинений ринок - характеризується економічною самостійністю, рівноправністю та конкуренцією виробників туристичних продуктів і послуг, узгодженістю законодавчих актів і нормативних документів щодо прав, обов'язків і відповідальності суб'єктів підприємництва, можливістю державного втручання у регуляторні процеси · ринок із різним ступенем обмеження конкуренції – передбачає панування невеликої кількості суб'єктів господарювання, які мають можливість впливати на процес ціноутворення;

б) ринок, що формується – притаманні недосконалість законодавчо-нормативних актів щодо прав, обов'язків і відповідальності суб'єктів підприємництва, надмірне втручання держави, інші обмеження.

За адміністративно-територіальною ознакою класифікуємо ринок міжнародних туристичних послуг на:

- **національний** – ринок в межах певної країни, інтегрує в собі ринки, пов'язані з виробництвом і споживанням різних туристичних послуг, його функціонування регулюється національним законодавством;

– **регіональний** – сукупність національних ринків у межах певних географічних регіонів;

– **світовий** – сукупність національних ринків, пов'язаних товарно-грошовими відносинами, характеризується наявністю власних регулюючих інституцій.

Досліджуючи ринок міжнародних туристичних послуг, потрібно враховувати те, що немає єдиної туристичної послуги, а тому існує низка ринків туристичних послуг. На них обмінюються різноманітні туристичні послуги, при цьому їх виробники зустрічаються на різних ринках. Враховуючи те, що пропозицію туристичних продуктів поділяють на основну, додаткову і супутню необхідно розрізнити три типи ринку міжнародних туристичних послуг, які у свою чергу поділяються на субринки.

а) **ринок основних міжнародних туристичних послуг**: ринок послуг гостинності, ринок транспортних засобів, ринок туристичних агентств та ін.; споживачами на цьому ринку є, насамперед, туристи та інші підприємства туристичної індустрії;

б) **ринок додаткових міжнародних туристичних послуг**: виробники туристичного спорядження, сувенірів, видавництва та ін. підприємства, які надають типові туристичні послуги; споживачами їх є як туристи, так і підприємства туристичної індустрії;

в) **ринок супутніх міжнародних туристичних послуг**: гастрономія, виробництво спорттоварів, фототоварів та інших звичайних товарів і послуг; продукція користується попитом у туристів.

Окрім визначення структурних елементів туристичного ринку, які становлять інституційну структуру, слід зауважити, що надання та споживання туристичних послуг призводить до використання туристичного потенціалу.

Підкреслимо, що вихід підприємств за національні межі обґрунтований потребою залучення туристичного потоку із-за кордону з метою максимізації валютних надходжень та відповідного прибутку реалізацією міжнародних послуг туристичного призначення (рис. 1.1.), [30, с.22]:

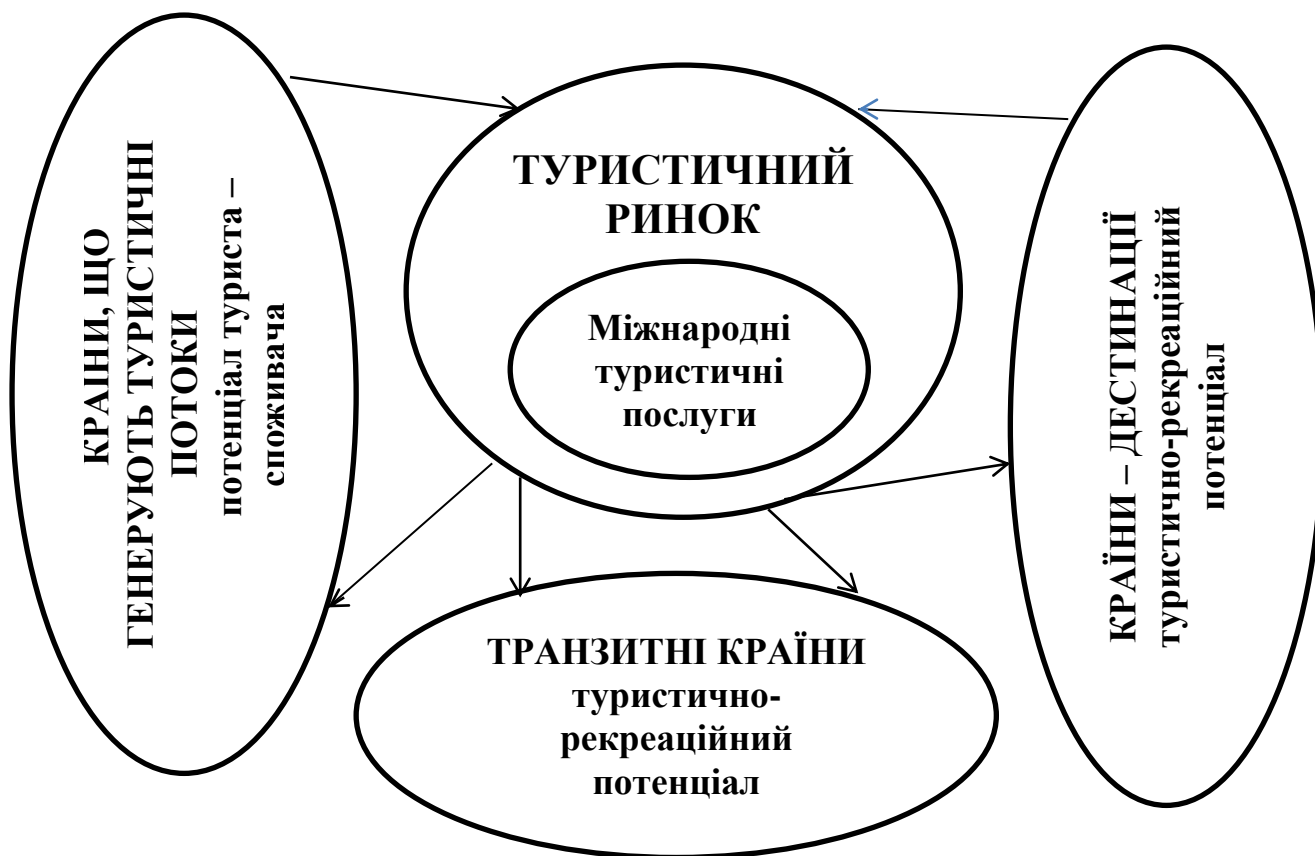


Рис. 1.1. Структурно-логічна схема надання міжнародних туристичних послуг на світовому туристичному ринку.

Примітка. Побудовано автором за даними Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на сучасні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 54. С. 22.

Отже, аналізуючи рисунок 1.1, варто зазначити, що «міжнародні туристичні послуги» притаманні системі сучасних міжнародних економічних відносин і є основою туристичного ринку та складовою «економічних свобод». Зазначимо, що «міжнародні туристичні послуги» налагоджують міждержавні взаємовідносини між країнами, що генерують туристичні потоки, через людський потенціал, таким чином формуючи попит, а також країнами дестинації, де за посередництвом сучасного менеджменту туристично-рекреаційний потенціал, реагує на ринку відповідною пропозицією. Варто згадати, що для приймаючих країн туристично-рекреаційний

потенціал базується на засадах раціонального природокористування та ресурсозбереження.

У результаті дослідження та аналізу існуючих у науковій літературі визначень суті, змісту та результату функціонування міжнародних туристичних послуг у структурі світогосподарського ринку, пропонується визначення: **міжнародна туристична послуга** – це системний продукт що виробляється на міжнародному рівні та реалізується в процесі взаємозв'язку різних світогосподарських економічних суб'єктів, які формують та реалізують міжнародні туристичні пакети, здійснюють страхування, є закладами гостинності та оздоровлення, надають транспортні послуги, а також володіють туристичними ресурсами» [30, с.17].

Функціонування та розвиток ринку туристичних послуг є складним динамічним процесом. На його формування впливають: політичні, демографічні, природні, науково-технічні, соціокультурні, економічні, міжнародні та інші фактори, які не мають безпосереднього впливу на формування туристичної галузі, але відображаються на ній [19, с. 64].

Сутність туристичного ринку була б розкрита неповно, якщо поза увагою залишилися би його економічні функції. Зазначимо основні з них [26, с.95].

По-перше, туристичний ринок забезпечує узгодженість виробництва і споживання туристичних продуктів в асортиментній структурі, підтримує збалансованість попиту і пропозиції за обсягом і структурою. Зазначену функцію регулювання пропорцій ринок виконує шляхом встановлення зв'язків між величезною кількістю туроператорів, турагентів, їх контрагентів і туристів через купівлю-продаж туристичних послуг.

По-друге, ринок забезпечує встановлення ціннісних еквівалентів для обміну туристичних продуктів. При цьому туристичний ринок, як і ринок взагалі, зіставляє індивідуальні витрати по виробництву туристичних послуг з суспільними, порівнює витрати і результати і таким шляхом виявляє цінність туристичного продукту.

По-третє, туристичний ринок забезпечує економічне стимулювання ефективності виробництва туристичних продуктів, спонукання виробників до



створення необхідних туристичних продуктів з найменшими витратами і отриманням достатнього прибутку.

По-четверте, туристичний ринок забезпечує економічність споживання туристичних продуктів, скорочення витрат обігу в сфері споживання і пропорційність попиту населення з заробітною платою [40, с.75].

Сутність і функції туристичного ринку визначають його роль як категорії економіки туризму. Роль туристичного ринку в цілому зводиться до такого:

- зрівноважувати попит і пропозицію туристичних продуктів, забезпечувати збалансованість туристичної сфери;
- надавати сигнал підприємствам сфери туризму за допомогою зворотних зв'язків: які туристичні продукти, в якому обсязі та в якій структурі слід виробляти;
- очищувати туристичний комплекс і його економіку шляхом вимивання неконкурентоспроможних виробників, заміни застарілих туристичних продуктів новими [39, с. 452].

Практичне трактування туристичного ринку обмежується, як правило, обсягом платоспроможного попиту на туристичні продукти і послуги. Водночас, як і будь який інший, цей ринок повинен включати три такі підсистеми як:

- а) попит, який формується сукупністю споживачів;
- б) пропозиція, формується в туризмі низкою підприємств з розміщення туристів, харчування, організації дозвілля тощо, а також туристичних посередників;
- в) туристичний продукт.

Таким чином, надання послуг є найбільш динамічною статтею зовнішньої торгівлі, а туризм – однією з найбільших ланок сфери послуг, яка з кожним роком набуває все більшого розмаху та розвитку, надаючи послуги рекреаційно-оздоровчого характеру. Ринок туристичних послуг - ринок, який об'єднує усіх учасників (туроператори, турагенти, туристи) задля задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком і змістовним проведенням дозвілля та подорожей.

## **1.2. Класифікація видів туристичних послуг**

Сьогодні традиційні види туризму переживають стадію занепаду, однак водночас спостерігається поява нових видів і форм відпочинку, яка враховує обмеження на тимчасові переміщення й особливості ділових і міжособистісних комунікацій у дистанційному режимі.

Практично всі ці форми засновані на використанні інноваційних технологій і синтезу базових технологічних операцій процесу створення туристичних послуг із сучасними надбаннями галузі ІТ. Це перша виключна ознака сучасного глобального ринку туристичних послуг, раптове виділення якої було спричинено біфуркаційним зламом на фоні загальносвітового локдауну та стагнацією більшості національних економік. Другою ж характерною рисою світового туризму є його пристосування до парадигмальних змін системи міжнародних економічних відносин, яка поступово вимушено відходить від моделі розширеного виробництва, заснованій на концепції нескінченності ресурсів та необмеженості глобального споживчого ринку як сукупності вільних ринків країн з відкритими кордонами. Ці процеси розпочалися не одне десятиліття тому, але невідворотність рушійних змін і необхідність переходу до принципово нової структури світогосподарських зв'язків і циклічності виробництва у глобальному масштабі почала розумітися суспільством відносно недавно. І більшість розвинених країн уже планує стратегії туристичної діяльності на засадах оновленої моделі сталого розвитку.

Існують різні класифікації туризму і туристських маршрутів. Ці класифікації залежать від цілей і завдань, що стоять перед організаторами туристської діяльності і туристськими підприємствами.

Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників туристської сфери. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму. Види туризму характеризуються значною різноманітністю.

Проведемо огляд базових засад класифікації й відповідні до останніх види міжнародного туризму. У відповідності до способу підготовки й організації подорожі різнять **організований (тобто плановий)**, а також **неорганізований туризм**. У відповідності до першого, передбачається участь туроператора (чи турагента) чи комп'ютерної системи (тобто, інфопосередника), оплати поїздки з комплексним обслуговуванням завчасно, тоді як інший вид означає, що туристи вирушають у подорож без участі будь-яких посередників, а послуги оплачують у процесі їх споживання на місці перебування [5].

Міжнародний туризм в залежності від кількості учасників поділяється на **індивідуальний** (до 5 осіб) й **груповий** (більше 5 осіб) [2]. Груповим туризмом на практиці йменують подорож групи, до складу якої входять дванадцять-чотирнадцять осіб, так як якраз такі групи отримують пільгові умови перевезення й розміщення.

**Культурний** (ще його йменують культурно-просвітницький) туризм може бути віднесений до найзатребуванішого виду туризму. До основної мети такого туризму відноситься відвідування й знайомство з явищами, об'єктами, подіями культури народу чи країни (на кшталт, пам'ятки архітектури, археології, історії, музеї, художні галереї, театри тощо).

Метою освітнього туризму постає подорож задля навчання, яка має систематизовану програму. До найпопулярнішої форми відноситься **програма навчання за кордоном**.

**Лікувально-оздоровчий туризм** може бути розподілений на декілька форм, а саме: поїздка задля народження дитини в іншій країні; **медичний туризм** (під яким розуміється поїздка задля одержання спеціалізованого лікування); туризм, направлений на оздоровлення; туризм, направлений на відновлення й реабілітацію.

**Спортивний туризм** може переслідувати декілька цілей: відвідування різноманітних спортивних заходів чи участь в останніх, заняття спортом й фізичною культурою.

Для наочності зобразимо деякі класифікаційні напрямки поділу туризму за видами на рис. 1.2.:

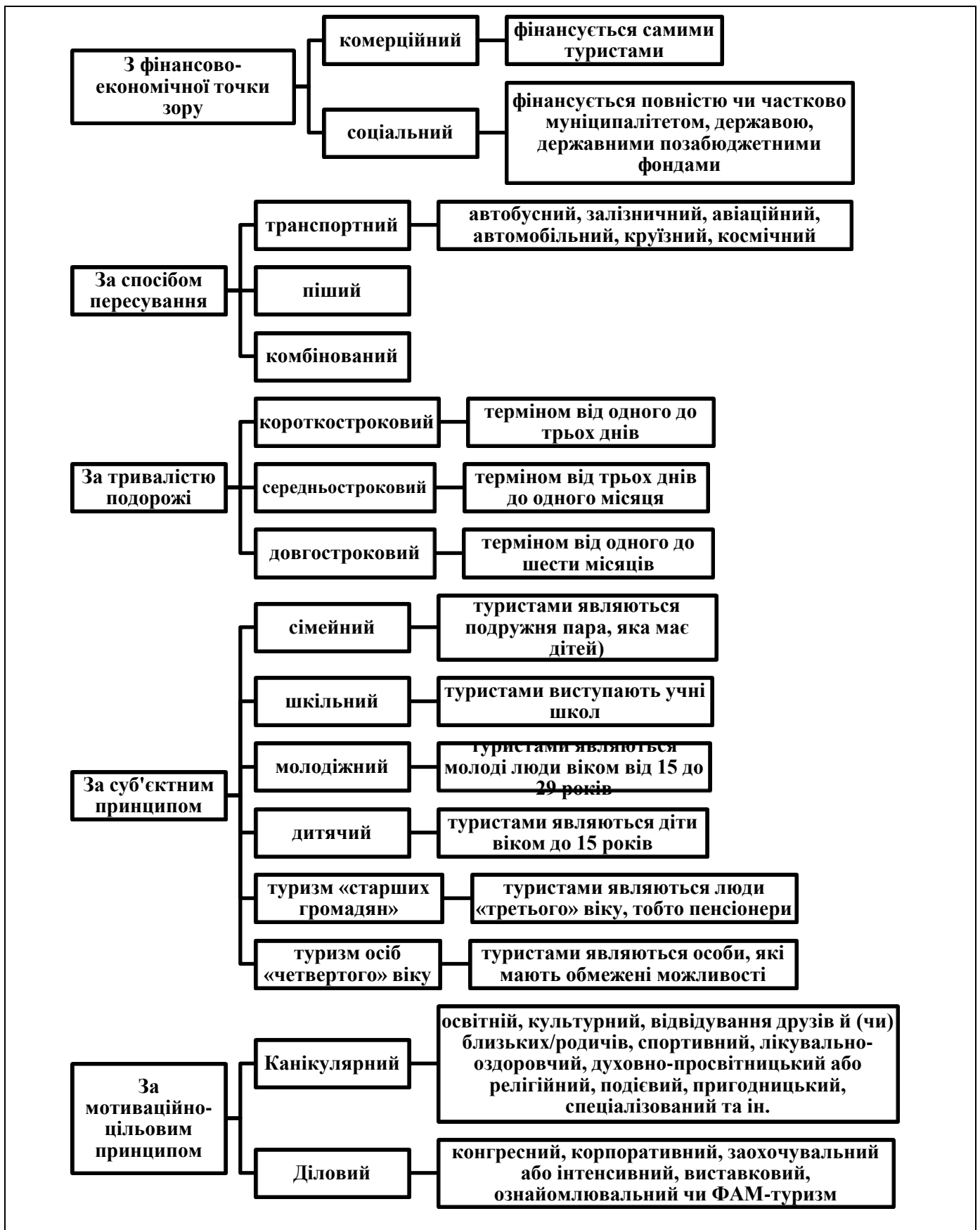


Рис. 1.2. Класифікація видів міжнародного туризму.

Примітка. Побудовано автором за даними Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 24.

**Духовно-просвітницький** (його ще йменують релігійний) туризм належить до подорожей святими місцями, поїздкам у різноманітні релігійні центри.

До **пригодницького туризму** відноситься дослідження віддалених територій та місць [90]. Туристи під час згаданої подорожі ставлять перед собою різноманітні цілі: перевірка власних фізичних можливостей, навичок, наскільки вони є сильними духом. Доволі часто вони ризикують власний життям й здоров'ям.

Міжнародний туризм може бути класифікований у відповідності до різноманітних точок зору, на основі ряду принципів й критеріїв. Класифікацію видів туризму провадять не тільки експерти та наукові співробітники, але й міжнародні організації, для прикладу ЮНВТО. За нинішніх умов туристичною індустрією може бути запропоновано орієнтовно двісті різноманітних видів спеціалізованого відпочинку, що направлені на задоволення потреб туристів, а також на захист пам'яток культурної спадщини, довкілля.

Також виділяють незвичайні види туризму до яких відносяться:

- гастрономічні тури до центрів сироваріння, виноробства і т. д. ;
- туристичні польоти в космос (це найдорожчий вид туризму);
- відвідування Чорнобильської радіоактивної зони;
- перебування кілька тижнів (або днів) в якості послушника в буддистському монастирі;
- відвідування відомих в'язниць;
- польоти на повітряній кулі (вони вперше з'явилися в Стародавньому Китаї).

Формування пропозицій на ринку туристичних послуг в Україні відбувається за такими видами туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, екологічний (зелений), культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний туризм. Варто відзначити, що саме ці туристичні послуги є основним драйвером формування та перспектив розвитку туристичного ринку в Україні [19, с.65].

Розглянемо спеціалізовані види туризму на рис. 1.3.:

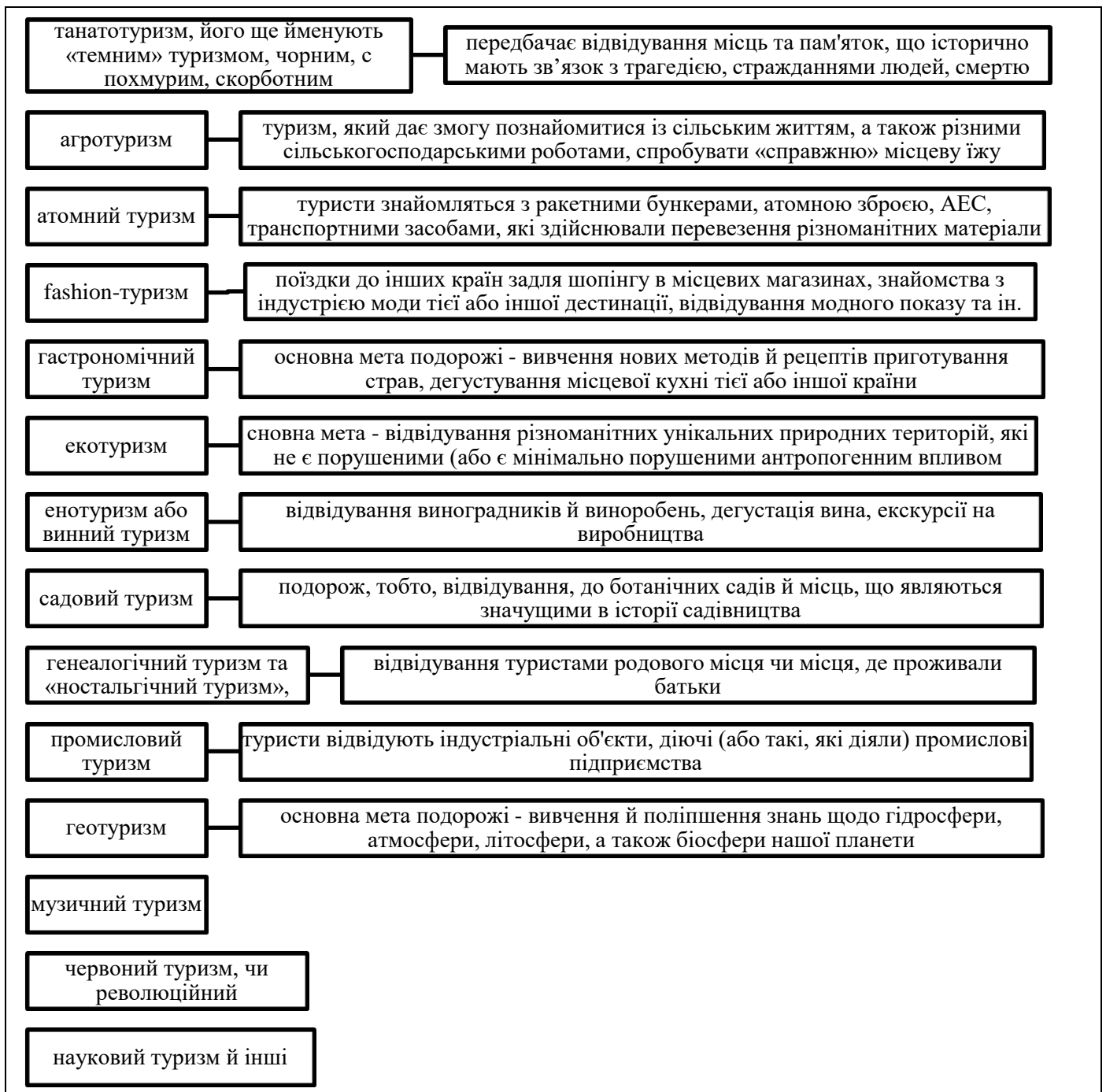


Рис. 1.3. Спеціалізовані види туризму.

Примітка. Побудовано автором за даними Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект: монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. С. 46.

Варто зауважити, що це далеко не повна класифікація видів туризму за метою подорожей, адже мета туристичної поїздки може бути будь-яка. У даний час з'являються все нові і нові види туризму, до прикладу, серед них виділяють **езотеричний туризм**. Езотеричний туризм можна в буквальному сенсі описати як

«похід за собою», похід з метою пізнати себе, відкрити щось нове у своєму житті, поглянути на, здавалося б, не вирішені проблеми у своєму житті по-іншому. Має місце в даний час і **весільний туризм**. Якщо донедавна святкувати весілля можна було тільки в межах нашої країни, то зараз можна поїхати куди завгодно, залишилося тільки вибрати місце. Наприклад, можна побратися у Празі або Будапешті, або ж зіграти весілля в Таїланді або Домінікані.

Усі зазначені види туризму за метою подорожі тісно переплітаються між собою і виокремити їх у чистому виді не завжди вдається. Так, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним, етнічний – з релігійним, рекреаційний – з екскурсійним, сільський зелений зі стійким, лікувальним і рекреаційним тощо. Уважаємо за необхідне зазначити, що під стійким екологічним туризмом ми розуміємо вид туризму, який передбачає подорожування у природних ландшафтах без їхньої зміни з метою збереження для майбутніх поколінь.

Таким чином, туризм – це багатогранне явище, і саме тому подати чітку класифікацію видів туризму складно. Сутність класифікації туризму полягає у виділенні окремих видів і форм туризму за найрізноманітнішими напрямками. Тому ще й досі відсутня чітка загальноприйнята класифікація туризму, що має місце з огляду на те, що майже неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму. Саме тому дане питання потребує додаткового вивчення, оскільки класифікація туризму за видами і формами дозволяє розв'язати ряд проблем розвитку та територіальної організації туристичного господарства, виявити попит на окремі види туризму і на даній основі будувати стратегію розвитку туристичної сфери країни. Відмітимо, що розраховувати на створення єдиної класифікації видів туризму, яка б задовольнила усіх зацікавлених учасників туристичного ринку, не доводиться. Однак пошук повинен проходити у напрямі побудови таких типологічних структур, які б використовувалися для вирішення конкретних завдань у залежності від цілі, яка була закладена в основу побудови класифікації.

Подана класифікація має практичне значення, так як дозволяє структурувати попит на туристичні послуги та формувати адекватну пропозицію, формуючи та розвиваючи відповідні об'єкти інфраструктури.

### 1.3. Показники розвитку ринку туристичних послуг

Туризм є одним з секторів який розвивається найбільш стабільно і становить основу економіки багатьох розвинених країн світу та країн, що розвиваються. В зв'язку з швидкими темпами зростання світовий туризм визнаний економічним феноменом ХХ століття. Протягом багатьох років туризм незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки «приходити в себе» після економічних криз, а й сприяти більш широкому економічному і соціальному відновленню. Пандемія COVID-19 найсильніше вдарила по туристичній індустрії в усьому світі. Через пандемію коронавірусу потік туристів у світі скоротився на 65% [69].

Індустрія туризму в останнє десятиріччя стала в ряд важливих галузей у світовому масштабі. Туризм у більш ніж у 40 країнах світу залишається основним джерелом прибутку національних економік. Однак пандемія коронавірусу внесла свої корективи і за 2020 рік збитки індустрії туризму через пандемію COVID-19 сягнули 2,4 трлн. дол. США.

Туризм є перспективною галуззю національної економіки, а розвиток туристичного бізнесу здатний гарантувати істотний вклад у розвиток економіки країни, який забезпечить створення нових робочих місць, наповнення державного бюджету за допомогою сплати податків та відвідування.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) в 2020 році міжнародні туристичні прибуття скоротилися на 73% або на 1,1 млрд. осіб. Експортні доходи від міжнародного туризму в 2020 році також зменшилися на 63% або на 1,1 трлн. дол. США, тобто відбулося зниження прибутків до рівня початку 1990-х років. Прямий внесок туризму у світовий ВВП скоротився на 2,0 трлн. дол. США [43].

Міжнародні туристичні прибуття в 2021 році зменшилися на 72% в порівнянні з 2019 роком або на 1 млрд. осіб та збільшилися на 4% в порівнянні 2020 роком або на 15 мільйонів осіб. Експортні доходи від міжнародного туризму в 2021 році від -0,9 до -1,0 трлн. дол. США. А прямий внесок туризму в світовий ВВП зменшився на 1,6 трильйона доларів США [43], (табл.1.1):



Показники розвитку ринку туристичних послуг  
в до пандемічний та пандемічний період (2019-2021рр.)

Показники	2019	2020/2019	2021/2019	2020	2021/2020	2021
Міжнародні туристичні прибуття, млрд. осіб	1464	-1,036 млрд. осіб (-73%)	-1,049 млрд. осіб (-72%)	400	+15 млн. осіб (+4%)	415
Експортні доходи від міжнародного туризму (міжнародні туристичні квитанції + пасажирські перевезення), млрд. дол. США	1700	-900	-1,1 млрд. осіб (-63%)	638	1000	700-800
Прямий валовий внутрішній продукт туризму (TDGDP), трлн. дол. США	3,5	-1,9	-1,6	1,6	-0,3	1,9

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Внесок туризму в економічне благополуччя залежить від якості та доходів туристичної пропозиції. UNWTO допомагає пунктам призначення в їх стійкому позиціонуванні на все більш складних національних та міжнародних ринках. Як агентство ООН, присвячене туризму, ЮНВТО зазначає, що країни, що розвиваються, отримують переваги від сталого туризму і намагаються допомогти зробити це реальністю.

Сьогодні індустрія туризму виступає однією з форм міжнародної торгівлі послугами, що надзвичайно динамічно розвивається. Так, за останні 20 років середньорічні темпи збільшення кількості прибулих іноземних туристів у світі становили 5,1%, а валютних надходжень – близько 14% [85].

Згідно з даними ВТО (UNWTO), кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2019 році сягнула позначки 1,5 млрд, відображаючи 4%-е зростання порівняно з показником 2018 роком (приріст 54 млн), що в підсумку для світового туризму є десятим поспіль роком із позитивною динамікою [43]. Водночас у 2019 році показники динаміки розвитку міжнародного туризму дещо сповільнилися на тлі невизначеності навколо Brexit у ЄС, зафіксованого глобального економічного спаду та тотальної геополітичної й соціальної напруженості у світі, а також пандемією

COVID-19. Несприятливі глобальні тенденції негативно позначилися на туристичних потоках у цілому й роботі міжнародних туристичних компаній.

Скорочення міжнародного туризму в 2020 році на 73% пов'язане з обмеженнями на поїздки, побоюваннями споживачів і глобальною боротьбою за стримування коронавірусу. Все це призвело до того, що цей рік став найгіршим в історії туризму [43], (табл. 1.2):

Таблиця 1.2

Тенденції розвитку міжнародного туризму в 2000-2021рр. в до пандемічний та під час пандемії COVID-19

<b>Рік</b>	<b>Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб</b>	<b>Темпи приросту (падіння) по відношенню до попереднього року, %</b>	<b>Динаміка росту в абсолютному значенні по відношенню до попереднього року, млн. осіб</b>
2000	673	6,5%	46
2001	678	1%	5
2002	698	2,9%	20
2003	689	-1,4%	-9
2004	760	10,6%	71
2005	809	6%	49
2006	861	4,6%	52
2007	911	6,5%	50
2008	929	2%	18
2009	894	-4,2%	-35
2010	957	8,2%	63
2011	1003	5%	46
2012	1050	4%	47
2013	1100	5%	50
2014	1146	4%	45
2015	1206	6%	57
2016	1243	4%	40
2017	1332	7%	89
2018	1407	5%	75
2019	1464	4%	54
2020	400	-73%	-1064
2021	415	4%	15

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

За попередніми оцінками, у 2021 році міжнародний туризм зріс на 4%, причому на 15 мільйонів більше міжнародних туристів (ночівників), ніж у 2020 році.

Однак кількість прибуття залишилася на 73% нижче рівня допандемічного 2019 року. Це сталося після падіння міжнародних подорожей на 73% у 2020 році, найгіршого року для туризму через безпрецедентний вплив пандемії COVID-19 [43], (рис. 1.4.):

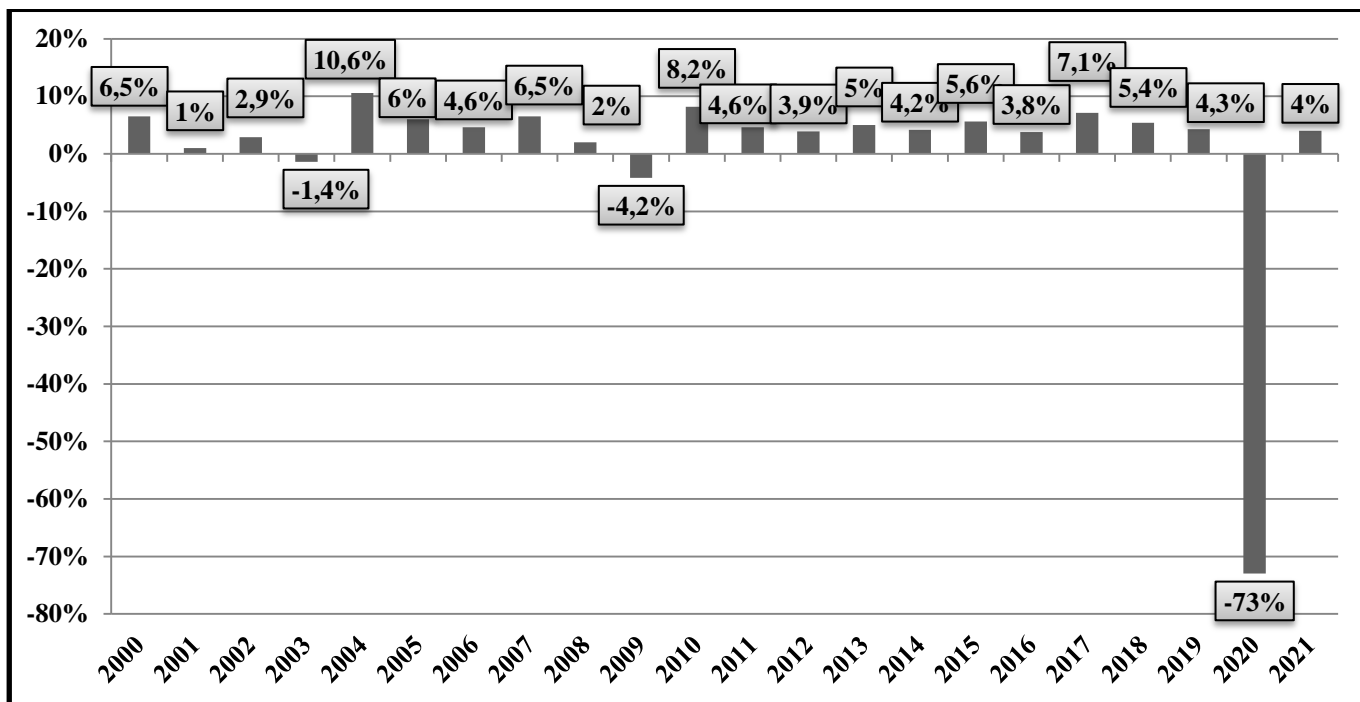


Рис. 1.4. Щорічні абсолютні прирости (падіння) кількості іноземних туристів у світі в період 2000-2021рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2022.

За оцінками, у 2021 році у всьому світі було зафіксовано 415 мільйонів міжнародних прибуття проти 400 мільйонів у 2020 році. Після слабкої першої половини 2021 року міжнародний туризм помірно відновився у другій половині року. Справді, у першому півріччі 2021 року було зареєстровано 117 мільйонів міжнародних прибуття (28% від загальної кількості 2021 року), тоді як у другій половині – 298 мільйонів (72%), [82; 83].

Зростання попиту в 2021 році було зумовлено підвищенням довіри мандрівників на тлі швидкого прогресу в області вакцинації та послаблення обмежень на в'їзд у багатьох напрямках. Оскільки країни знову послабили свої обмеження на літній сезон Північної півкулі 2021 року, кількість напрямків з

повним закриттям кордонів впала до 63 у червні та 46 у листопаді 2021 року, що є найнижчим показником з початку пандемії.

За оцінками, міжнародний туризм впав на 66% у грудні 2021 року на тлі поширення нового штаму Omicron та сплеску випадків COVID-19. Європа та Америка зафіксували найсильніші результати у 2021 році Європа та Америка зафіксували найкращі результати в 2021 році: кількість прибутків зросла на 19% і 17% відповідно в порівнянні з 2020 роком, але все ще на 63% нижче рівня до пандемії в обох випадках [84; 85].

У 2021 році в Африці спостерігалось зростання на 12% у порівнянні з 2020 роком, хоча залишилося на 74% нижче рівня 2019 року. На Близький Схід кількість прибутків скоротилася на 24% порівняно з 2020 роком і на -79% у порівнянні з 2019 роком. У Азіатсько-Тихоокеанському регіоні кількість прибутків у 2021 році була на 94% нижче рівня 2019 року, оскільки багато напрямків залишалися закритими для необхідних подорожей [43], (табл.1.3):

Таблиця 1.3

Регіональний розподіл ринку туристичних послуг  
в до пандемічний та пандемічний період (2019-2021рр.)

Регіон світу	2019, млн. осіб	2020, млн. осіб	2021, млн. осіб	2021, %
Азійсько-Тихоокеанський регіон	360,4	59,4	20,9	5%
Європа	746,1	235,7	279,8	67,40%
Америка	219,3	69,9	81,9	19,70%
Африка	68,6	15,9	17,9	4,30%
Близький Схід	69,9	19,0	14,5	3,50%
<b>Світ</b>	<b>1464</b>	<b>400</b>	<b>415</b>	<b>100</b>

Примітка. Складено автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2022.

У субрегіонах Карибський басейн був найвищим показником у 2021 році: кількість міжнародних рейсів зросла на 63% у порівнянні з 2020 роком, хоча на 37%

менше, ніж у 2019 році. Згідно з наявними даними, деякі острови в Карибському басейні наблизився або перевищив рівень до пандемії. Південна Середземноморська Європа (+57%) і Центральна Америка (+54%) також відчули значне відновлення в 2020 році, але залишилися на 54% і 56% нижче рівня 2019 року відповідно. Північна Америка (+17%) і Центрально-Східна Європа (+18%) також піднялася вище рівня 2020 року [43].

Серед напрямків з доступними даними за січень-листопад 2021 року кілька островів у Карибському морі та Азії та Тихого океану, а також деякі невеликі європейські напрямки зафіксували найкращі результати порівняно з 2019 роком: Віргінські острови США (+29%), Пуерто-Ріко (+4%), Албанія (-11%), Сан-Марино (-19%), Мальдіви (-24%), Домініканська Республіка (-27%), Ліхтенштейн (-29%). До листопада 2021 року в Мексиці спостерігалось зниження на 30% [43].

Незважаючи на загальне покращення, темпи відновлення залишаються повільними та нерівномірними в різних регіонах світу через різний ступінь мобільності обмеження, рівень вакцинації та впевненість мандрівників. Хоча міжнародний туризм поступово відновлюється, внутрішні подорожі продовжують сприяти відновленню загального туристичного сектору, особливо в кількох

Варто зазначити, що в 2019 році загальний внесок світової галузі подорожей і туризму в зайнятість, включаючи робочі місця, що підтримувалися за сприяння непрямого та індукованого впливу, склав 10,4% від загальної кількості зайнятих (329,578 млн осіб). Прямий внесок у зайнятість становив 119,223 млн робочих місць (3,7% від зайнятих у всіх видах діяльності у глобальній економіці), [82; 83].

Прогнози ЮНВТО вказують на те, що кількість міжнародних туристів може зрости на 30-78% у 2022 році порівняно з 2021 роком. Однак це все одно буде на 50-63% нижче рівня до пандемії. Нещодавнє зростання випадків COVID-19 і штаму Omicron, порушить відновлення та вплине на довіру до початку 2022 року, оскільки деякі країни знову вводять заборони на поїздки та обмеження для певних ринків. У той же час розгортання вакцинації залишається нерівномірним, і багато країн все ще мають повністю закриті кордони, переважно в Азії та Тихому океані.

Складне економічне середовище може надати додатковий тиск на ефективне відновлення міжнародного туризму через сплеск цін на нафту, зростання інфляції, потенційне зростання процентних ставок, великі обсяги боргу та триваючі порушення в ланцюгах поставок. Однак поточне відновлення туризму на багатьох ринках, переважно в Європі та Америці, у поєднанні з широким впровадженням вакцинації та серйозним скоординованим зняттям обмежень на подорожі, може допомогти відновити довіру споживачів до туризму в 2022 році.

У той час як міжнародний туризм відновлюється, внутрішній туризм продовжує стимулювати відновлення сектора в дедалі більшій кількості напрямків, особливо тих, які мають великі внутрішні ринки. На думку експертів, внутрішній туризм і подорожі поблизу дому, а також заходи під відкритим небом, природні продукти та сільський туризм є одними з основних туристичних тенденцій, які продовжуватимуть формувати туризм у 2022 році.

2022 рік стане роком подальшої адаптації до реалій, викликаних пандемією та новими тенденціями туризму. Рік, у якому ми в індустрії туризму продовжуємо адаптуватися та вчитися на досвіді та відгуках споживачів подорожей в епоху COVID. Майбутнє відпочинку та ділових подорожей, майбутнє роботи, надзвичайна кліматична ситуація, підтримка місцевої туристичної економіки та суспільств, а також поява нових технологій є одними з головних питань, які потрібно вирішувати та набули популярності в останні роки, і тому їх слід вирішити. частина стратегій місць призначення на їх шляхах відновлення [82; 83].

Зрив COVID-19 показав, наскільки вразливий сектор до зовнішніх загроз. COVID-19 може бути не єдиним явищем, яке кидає виклик туристичному сектору в найближчі роки. З цієї причини та щоб дозволити подорожам вийти з глобальної пандемії, усі зацікавлені сторони туризму покликані співпрацювати та створювати сектор, який буде набагато стійкішим до майбутніх криз, більш стійким і більш технологічним. Адже ніхто не знає, що чекає на майбутнє.

Отже, туризм вже достатньо давно став однією із важливих складових інфраструктури багатьох країн, впливаючи опосередковано, а інколи прямо на розвиток країни загалом. Саме розвинена інфраструктура в тандемі з наданням

якісних послуг та сприятливими кліматичними умовами, історичними, культурними, архітектурними надбаннями слугують основою і врешті перетворюють туризм на високоприбуткову галузь економіки будь-якої країни. Отже, туризм можна розглядати як один із інструментів ефективного та динамічного розвитку економіки.

Через пандемію COVID-19 туристична галузь зазнала великих збитків, оскільки ця пандемія стала найсерйознішим викликом 2020 року і продовжує не лише негативно впливати на туризм, а й загалом поглиблювати економічну, соціальну кризу в усьому світі. COVID-19 і введення суворих протиепідемічних заходів країнами світу прискорили трансформацію світового туризму. Тому нинішня криза – це можливість створити стійкішу туристичну економіку, розробити нові туристичні продукти, використовуючи всі протиепідеміологічні заходи, спрямувати значні зусилля з боку державних інституцій на розвиток і підтримку внутрішнього туризму та рекреаційної сфери з реабілітаційними елементами.

### **Висновки до розділу 1**

Таким чином, «туризм» доцільно розуміти сукупність відносин, а також єдність явищ й зв'язків, які супроводжують людину під час подорожей. Класифікація туризму полягає у групуванні останнього у відповідності до окремих однорідних ознак, що знаходяться в залежності від певних практичних цілей. До одного з видів туризму відноситься міжнародний туризм, під яким розуміються поїздки осіб, що подорожують із туристичними цілями поза межі країни, де вони проживають на постійні основі. У міжнародному туризмі виокремлюють 2 його форми, а саме – в'їзний й виїзний, що різняться у відповідності до напрямку туристичного потоку.

Під впливом пандемії COVID-19 туристична галузь зазнала великих збитків, оскільки ця пандемія стала найсерйознішим викликом 2020 року і продовжує не лише негативно впливати на туризм, а й загалом поглиблювати економічну, соціальну кризу в усьому світі. COVID-19 і введення суворих протиепідемічних заходів країнами світу прискорили трансформацію світового туризму.

## РОЗДІЛ 2

### СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

#### **2.1. Обсяги, структура та тенденції світового ринку туристичних послуг**

Сучасний стан розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як результату змін у технологіях, попиті та структурі світових трендів, що є наслідком формування економіки нового типу, а також глобальних перетворень, пов'язаних із переходом до наступного ступеня розвитку світового співтовариства.

Найдинамічнішою складовою світового ринку послуг є туристичний ринок. Сучасна індустрія туризму – це створення додаткових робочих місць, прискорення розвитку транспортної інфраструктури, дорожнього будівництва, стимулювання зростання виробництва споживчих товарів, розвиток засобів зв'язку тощо.

Для багатьох країн світу пріоритетною сферою економіки сьогодні стає саме міжнародний туризм, що сприяє всебічному сталому економічному розвитку, соціальному залученню, зростанню зайнятості та подоланню бідності, ефективному використанню ресурсів, охороні навколишнього середовища, розвитку міжкультурних комунікацій, миру та безпеки як важливих компонентів суспільної взаємодії світового масштабу [68].

Варто зазначити, що у всьому світі, у країнах на всіх рівнях розвитку, багато мільйонів робочих місць і підприємств залежать від сильного й процвітаючого туристичного сектору. Туризм також є рушійною силою в охороні природної та культурної спадщини, зберігаючи її для майбутніх поколінь.

Оскільки світ стикається з безпрецедентною глобальною надзвичайною ситуацією в галузі охорони здоров'я, соціального та економічного розвитку через пандемію COVID-19, подорожі та туризм є одними з найбільш постраждалих



секторів із літаками на землі, закритими готелями та введеними обмеженнями на подорожі практично в усіх країнах по всьому світу.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) в 2020 році міжнародні туристичні прибуття скоротилися на 73% або на 1,1 млрд. осіб в порівнянні з до пандемічним 2019 роком. В 2019 році по світу подорожувало 1,464 туристів, але під впливом пандемії COVID-19 цей показник скоротився до 400 млн. чоловік. 2020 рік, найгірший рік для туризму за всю історію, пов'язаний з пандемією COVID-19 [82; 83].

В 2021 році міжнародні туристичні прибуття зросли на 4% порівняно з 2020 роком та становили 415 мільйонів осіб проти 400 мільйонів подорожуючих. Однак кількість міжнародних туристів (ночівників) все ще була на 72% нижчою або на 1,049 млрд. осіб, ніж у 2019 році до пандемії. Це наслідок 2020 рік, коли міжнародні прибуття зменшилися на 73% [43; 82-85], (рис.2.1.):

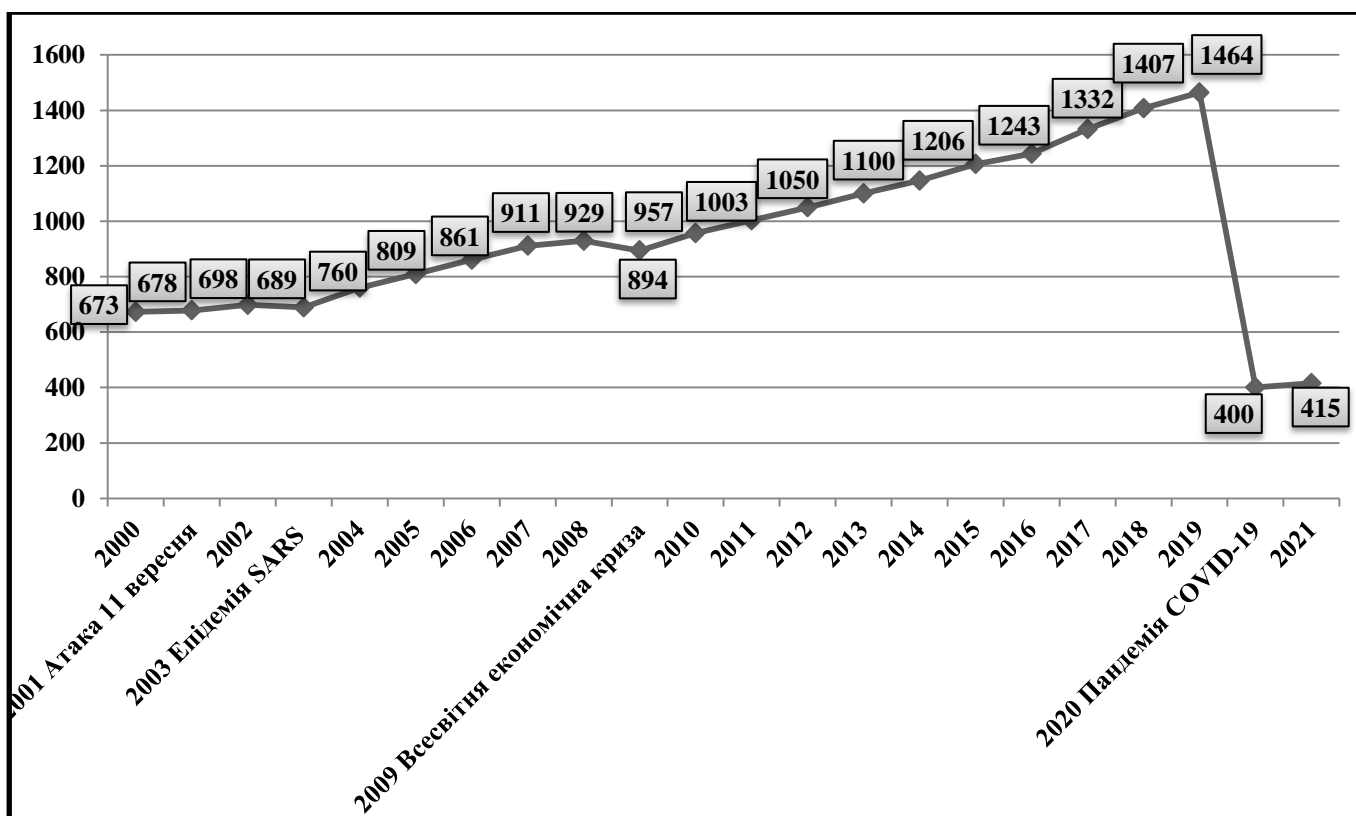


Рис. 2.1. Динаміка прибуттів іноземних туристів у світі в період 2000-2021рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World Tourism Barometer January 2022.

Відповідно, у 2021 році по світу подорожувало на 15 мільйонів іноземних туристів більше, ніж у 2020 році. Після слабкої першої половини 2021 року міжнародний туризм помірно відновився протягом року. Нещодавнє покращення було зумовлено підвищенням впевненості мандрівників на тлі швидкого прогресу вакцинації та послаблення обмежень на поїздки в багатьох напрямках [43].

Варто зазначити, що відлік сучасної фази розвитку світового ринку туристичних послуг доцільно починати з 1950-х рр., коли каталізаторами бурхливого зростання останніх виступили чинники, які мають зв'язок з повоєнним відновленням економіки й соціальної сфери. Протягом 1950-2005 років скорочення міжнародних туристичних прибутків відбувалося лише у 1982 році через спад світової економіки, також у 2001 році – терористична атака 11 вересня та 2003 року через епідемію SARS. Потім світова фінансова криза 2008-2009рр. було останнє падіння кількості іноземних туристів у світі аж до 2020 року, пов'язане з глобальною пандемією [43; 82-85], (рис. 2.2.):

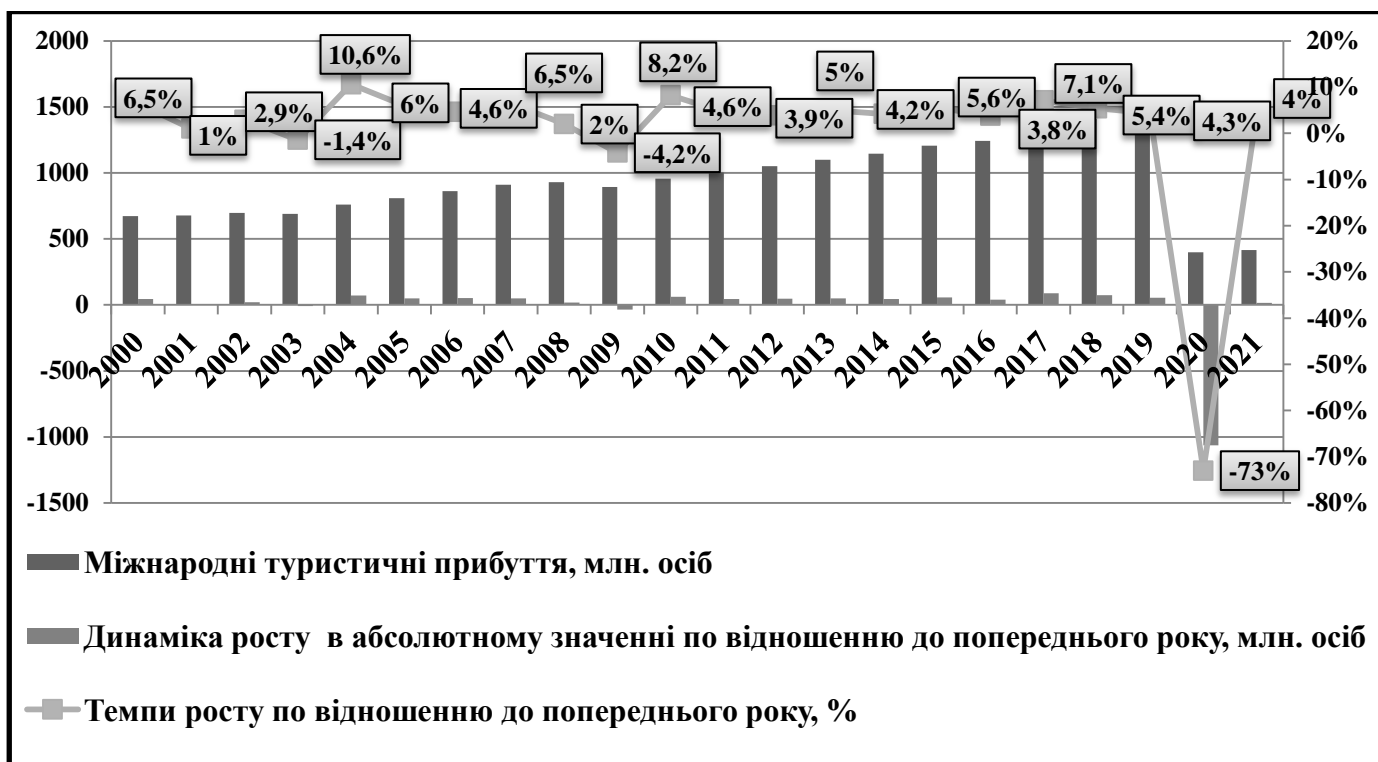


Рис. 2.2. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг, в період 2000-2021рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

У 2021 році на 1 мільярд менше міжнародних туристичних прибуттів у світі. Втрата загального експортного доходу від міжнародного туризму від 0,9 трлн доларів США до 1,0 трлн доларів США в 2021 році. Понад 100 мільйонів безпосередніх робочих місць у сфері туризму під загрозою.

Перший випуск Всесвітнього туристичного барометра UNWTO за 2022 рік показує, що зростання рівня вакцинації в поєднанні зі послабленням обмежень на поїздки через посилення транскордонної координації та протоколів допомогло звільнити відкладений попит.

Зазначимо, що у 2021 році найбільш відвідуваним регіоном світу була Європа з часткою в 67,4%. Другим регіоном, що цікавив іноземних туристів була Америка з часткою туристичних прибуттів в 19,7%. Азійсько-Тихоокеанський регіон відвідали 5% світових туристів, а Африку та Близький Схід по 4,3% та 3,5% відповідно [43; 84], (рис. 2.3.):

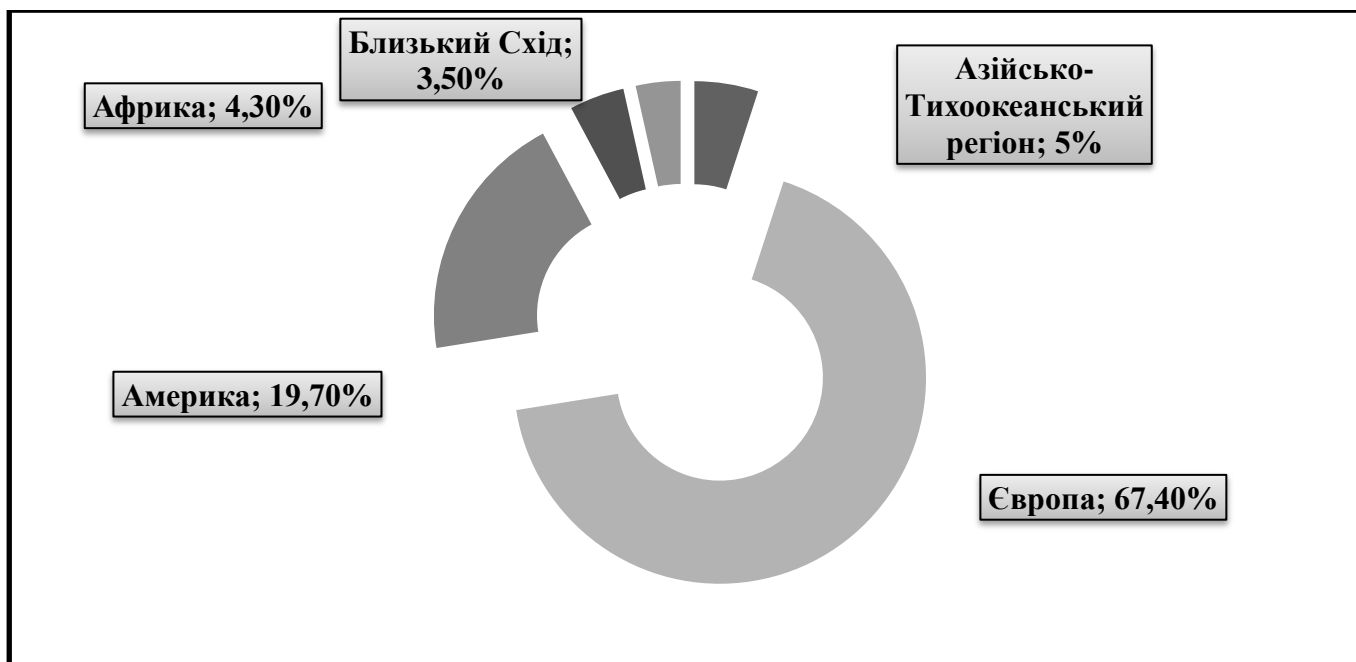


Рис. 2.3. Регіональна структура міжнародних туристичних потоків в 2021 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Міжнародний туризм помірно відновився протягом другої половини 2021 року. Темпи одужання залишаються повільними та нерівномірними в різних

регіонах світу через різний ступінь обмежень мобільності, рівня вакцинації та впевненості мандрівників. Європа та Америка зафіксували найвищі результати в 2021 році в порівнянні з 2020 роком (+19% і +17% відповідно), але обидва все ще на 63% нижче рівня до пандемії [43].

У субрегіонах Карибський басейн показав найкращі результати (+63% вище 2020 року, хоча на 37% нижче 2019 року), а деякі напрямки наближалися або перевищували рівень до пандемії. Південна Середземноморська Європа (+57%) і Центральна Америка (+54%) також відчули значне відновлення, але залишаються на 54% і 56% нижче на рівні 2019 року відповідно [83,; 84], (рис. 2.4.):

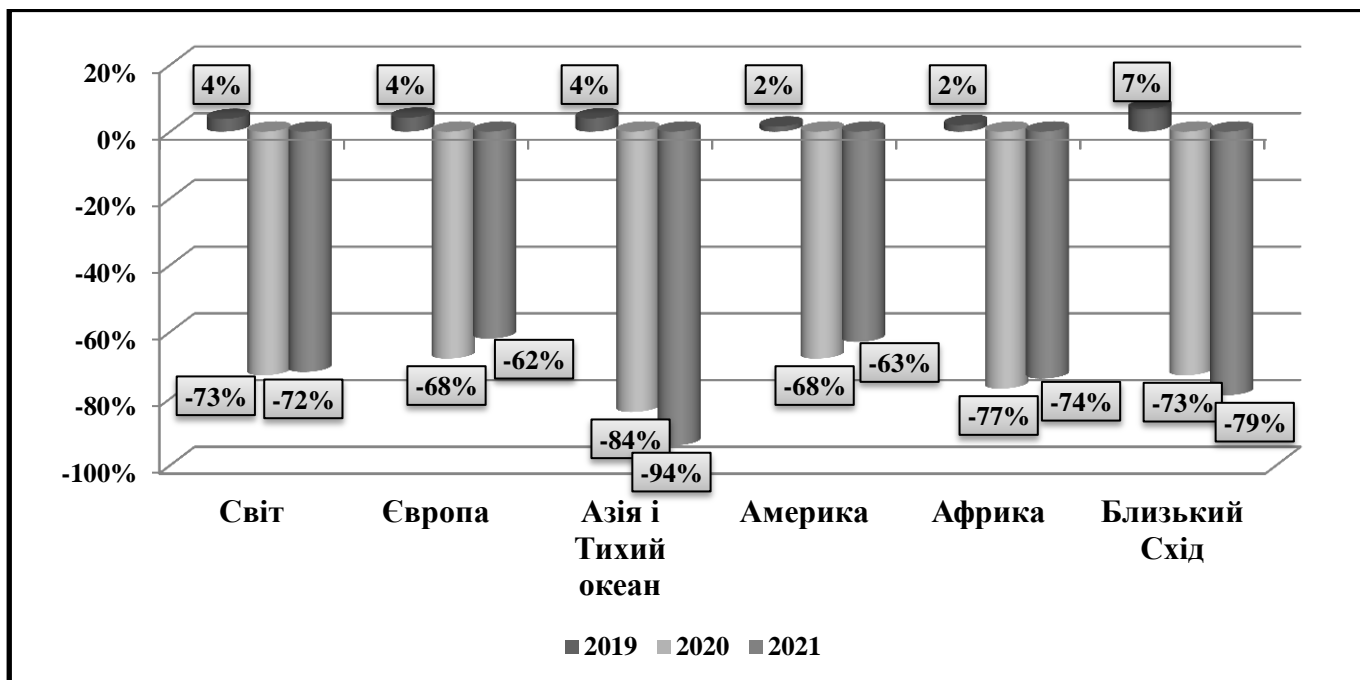


Рис. 2.4. Щорічні абсолютні прирости (падіння) кількості іноземних туристів у світі в період 2019-2021рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2022.

Північна Америка (+17%) і Центрально-Східна Європа (+18%) також піднялися вище рівня 2020 року. Тим часом в Африці в 2021 році відбулося збільшення прибутків на 12% порівняно з 2020 роком, хоча це все ще на 74% менше, ніж у 2019 році. На Близькому Сході кількість прибутків скоротилася на 24% порівняно з 2020 роком і на 79% у порівнянні з 2019 роком. На 65% нижче рівня

2020 року і на 94% у порівнянні з показниками до пандемії, оскільки багато напрямків залишалися закритими для неважливих подорожей [43; 85].

Станом на 5 травня 2022 року 35 турнаправлень по всьому світу зняли всі пов'язані з COVID-19 обмеження на поїздки, згідно з даними трекера турнапрямків ЮНВТО-IATA «Полегшена процедура поїздок». Більшість із цих повністю відкритих турнапрямків перебувають у Європі: Республіка Молдова, Сербія, Швейцарія, Болгарія, Хорватія, Киргизька Республіка, Греція, Албанія, Литва, Словенія, Північна Македонія, Чеська Республіка, Швеція, Латвія, Польща, Великобританія, Чорногорія, Румунія, Угорщина, Ірландія, Норвегія, Ісландія та Ліхтенштейн [43; 82].

У 2021 році Європа продемонструвала найвищі результати у регіональному розрізі в порівнянні з 2020 роком: кількість прибуттів збільшилася на 19 % або на 44 млн осіб завдяки високим результатам, зафіксованим у літній сезон та в останньому кварталі 2021 року.

У 2021 році кількість міжнародних прибутків у Європі склала 281 млн. дол. США, що на 44 млн. дол. США більше показника за минулий рік. Тим не менш, кількість міжнародних прибутків на 62 відсотки нижче рівня 2019 року [43].

Південна та Середземноморська Європа (+57%) показала найкращі результати серед субрегіонів у 2021 році порівняно з 2020 роком, хоча кількість міжнародних прибутків, як і раніше, була на 55 % нижче за рівень, що спостерігався до пандемії. У 2021 році у Центральній та Східній Європі також спостерігалось зростання на 16%, але показники все ще були на 65 % нижчими від рівня 2019 року. Навпаки, у Західній Європі (-10%) та Північній Європі (-26%) у 2021 році спостерігалось зниження кількості прибутків проти 2020 роком. Порівняно з 2019 роком у цих субрегіонах зафіксовано зниження на 65 та 81%, відповідно [43; 83].

У 2021 році у 27 країнах-членах Євросоюзу кількість міжнародних прибуттів збільшилася на 13 % порівняно з 2020 роком, але залишилося на 62 % нижче за рівень 2019 року. Відкриття нових турнаправлень, а також підвищення рівня вакцинації та впровадження цифрового COVID-сертифіката ЄС сприяли полегшенню процедури поїздок усередині ЄС та за його межі.

У Європі спостерігалось зниження безпосередньої частки туризму у ВВП з 4,3% у 2019 році до 2,2 % у 2020 році у відсотках від ВВП. Виходячи з результатів по регіонах у 2021 році, безпосередня частка туризму в європейському ВВП, за оцінками, збільшилася у 2021 році до 2,6 % [84].

За даними UNWTO World tourism barometer January 2022, в число світових лідерів за туристичними прибуттями входить десять країн світу: Франція, Іспанія, США, Китай, Італія, Туреччина, Мексика, Таїланд, Німеччина та Велика Британія. Вплив пандемії COVID-19 на прибуття іноземних туристів в найбільш відвідувані країни світу відображено в таблиці 2.1:

Таблиця 2.1

10 країн-лідерів за міжнародними туристичними прибуттями в 2018-2019рр.  
до пандемії COVID-19 та темпи спадання в 2020 році під впливом пандемії

Місце	Країна	2018, млн. осіб	2019, млн. осіб	2020/2019, %
1	Франція	89,4	90,2	-75,3%
2	Іспанія	82,8	83,8	-76,1%
3	США	79,2	78,7	-72,0%
4	Китай	62,9	67,5	-84,1%
5	Італія	61,6	64,6	-57,3%
6	Туреччина	45,8	52,5	-72,3%
7	Мексика	41,3	44,9	-46,5%
8	Таїланд	38,2	39,7	-79,4%
9	Німеччина	38,9	39,4	-63,0%
10	Великобританія	38,7	36,9	-60,5%

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Варто зазначити, що в 2020 році під впливом пандемічної кризи зафіксований спад кількості туристів в усіх в усіх 10 країнах-лідерах за міжнародними туристичними прибуттями. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) відсоток зменшення становив від 46,5% в Мексиці до 84,1% в Китаї. Країни Європи також постраждали від корона кризи від -57,3% в Італії до 76,1% в Іспанії [43; 84].

Не дивлячись на те, що друга хвиля пандемії в Європі спричинила повторне впровадження обмежень, зазначений регіон все ще залишається найбільш сприятливим для туризму, так як за більшості випадків поїздки все ж таки є дозволеними (91%), в більшості серед держав, які являються членами Шенгенської угоди. Подібно до того як було раніше, дані щодо витрат на міжнародний туризм демонструють доволі слабкий попит на поїздки закордон. Проте, на деяких великих ринках, до яких, зокрема, належать Німеччина, США та Франція, спостерігається відновлення, яке відбувається поступово. До того ж, на певних ринках, в тому числі росії й Китаю, продовжує підвищуватись попит на внутрішній туризм. Існує таке припущення та очікування, що в найближчому майбутньому вакцинація поступово підвищить довіру споживачів до туроператорів.

Франція, подібно до того як раніше, лишається лідером туризму на світовому рівні. Так, у 2019 році країна прийняла 90,2 млн. відвідувачів, що на 800 тис. більше, у порівнянні з минулим роком. Але під впливом глобальної пандемії в 2020 році відбувся спад кількості туристів в усіх без винятку найбільш відвідуваних країн.

До найбільш відвідуваних країн світу в 2019 році відносяться [43], (рис. 2.5.):

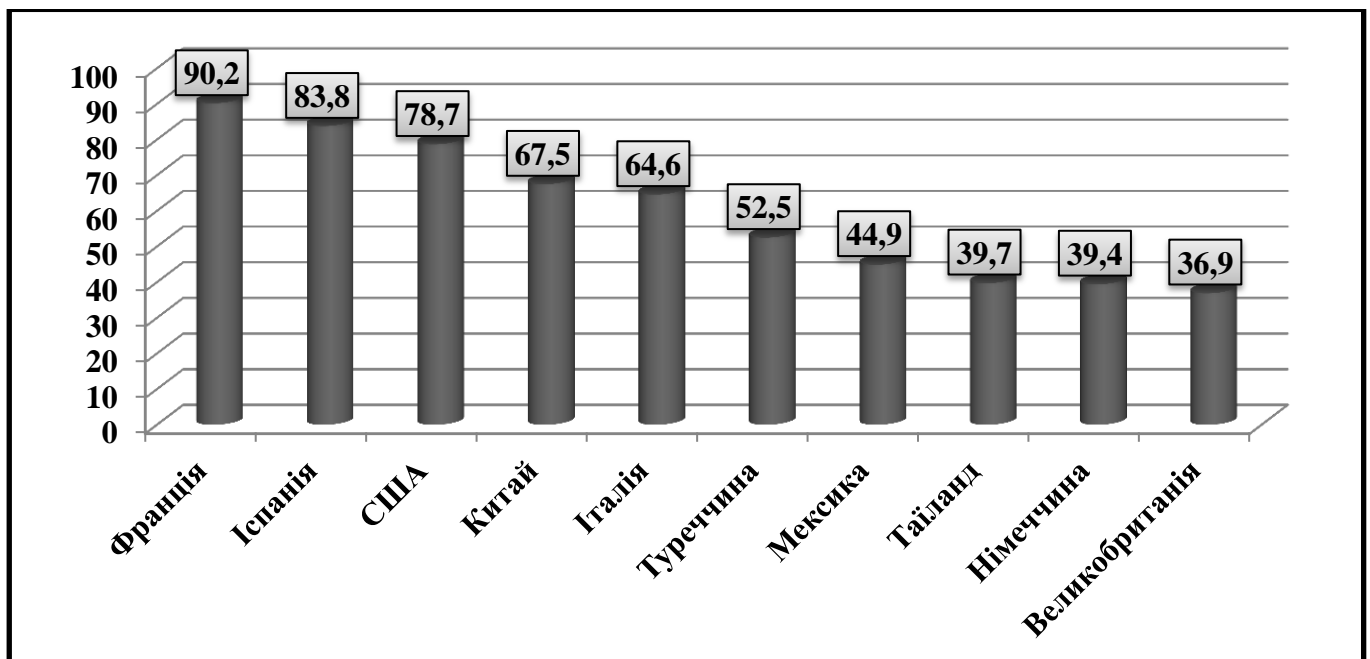


Рис. 2.5. ТОП-10 найбільш відвідуваних країн світу в 2019 році, (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2022.

Експортні доходи від міжнародного туризму в 2020 році також зменшилися на 63% або на 1,1 трлн. дол. США по відношенню до 2019 року, тобто відбулося зниження прибутків до рівня початку 1990-х років. Прямий внесок туризму в світовий ВВП скоротився на 2 трлн. дол. США в порівнянні з 2019 роком [43].

Надходження від міжнародного туризму в 2021 році скоротилися на 73% або на 1,1 трлн. дол. США в порівнянні з до пандемічним 2019 роком та становили близько 700 млрд. дол. США, тобто відбулося зниження прибутків на понад 1 трлн. дол. США за період пандемії COVID-19. Це є незначним покращенням в порівнянні з 2020 роком через більші витрати на поїздку, але менше половини від 1,7 трильйона доларів США, зафіксованих у 2019 році. Прямий внесок туризму у світовий ВВП складав 1,9 трлн. дол. США та скоротився на 1,6 трлн. дол. США в порівнянні з 2019 роком [43; 82-85], (рис.2.6.):

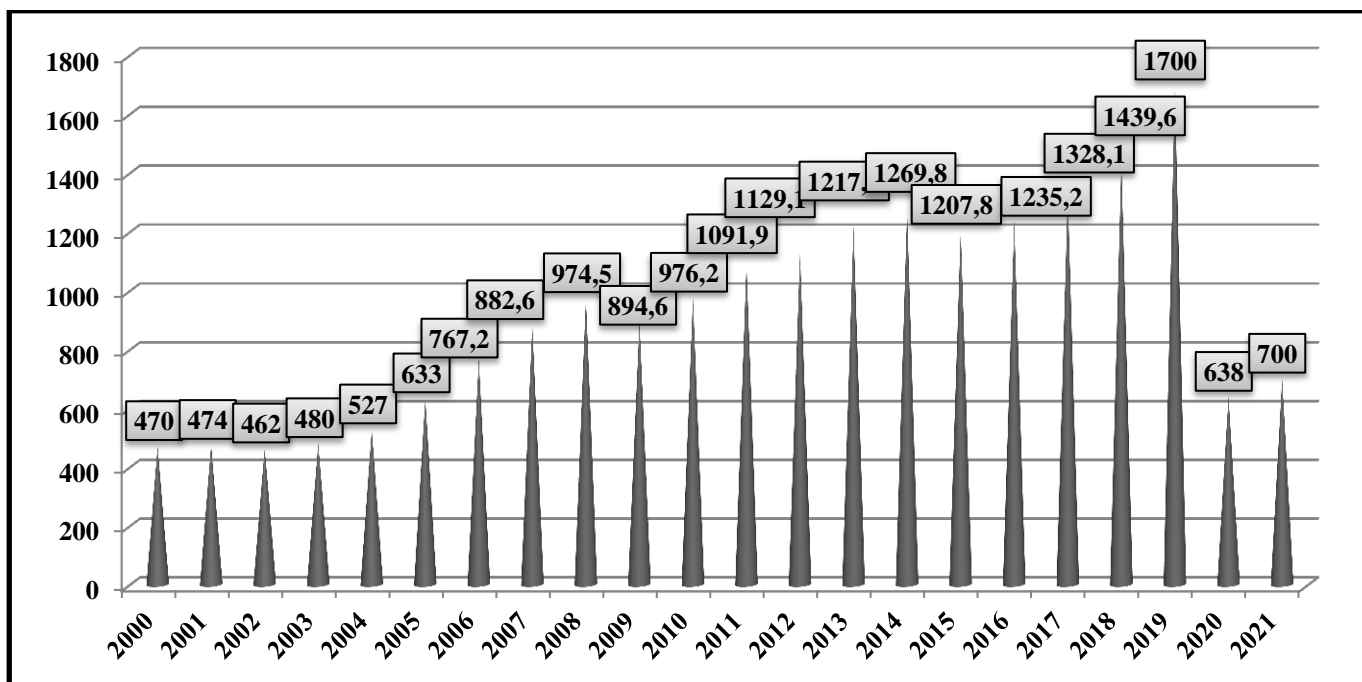


Рис. 2.6. Динаміка експортних доходів від міжнародного туризму в світі в період 2000-2021рр., (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Економічний внесок туризму (прямий валовий внутрішній продукт туризму) оцінюється в 1,9 трильйона доларів США в 2021 році, що вище 1,6 трильйона



доларів США в 2020 році, але все ще значно нижче допандемічної вартості в 3,5 трильйона доларів США. Останнє опитування експертної групи ЮНВТО вказує, що 61% фахівців у сфері туризму очікують кращих показників у 2022 році, ніж у 2021 році. Однак більшість експертів (64%) також вважають, що міжнародний туризм повернеться до рівня 2019 року не раніше 2024 року або пізніше. Недавній сплеск випадків COVID-19 і поява штаму Omicron можуть порушити відновлення туризму на початку 2022 року [43].

У 2021 році середня вартість квитанції за прибуття перевищила 1500 доларів США у порівнянні з 1300 доларів США у 2020 році. Це пов'язано з великими відкладеними заощадженнями та тривалим перебуванням, а також вищі ціни на транспорт і проживання. Кількість закритих напрямків впала до найнижчого рівня в листопаді 2021 року. Азія та Тихий океан залишається регіоном з найбільшою часткою закритих напрямків. Відновлення залишається крихким і нерівномірним на тлі появи нового штаму Omicron та зростання інфекцій у деяких частинах світу [83].

Про порівняно менше зниження витрат на туризм у 2021 році повідомляють Франція та Бельгія з -37% і -28% відповідно до 2019 року. Саудівська Аравія (-27%) і Катар (-2%) також показали дещо кращі результати в 2021 році [84].

Серед основних напрямків Туреччина та Мексика скоротилися на 16% і 24% відповідно в порівнянні з 2019 роком. Перспективи одужання після безпрецедентного падіння в 2020 та 2021 роках міжнародний туризм, як очікується, продовжить поступове відновлення у 2022 році [82-85].

Станом на 24 березня 2022 року 12 напрямків не мали обмежень, пов'язаних з COVID-19, і дедалі більше напрямків пом'якшували або скасовували обмеження на подорожі, що сприяє вивільненню відкладеного попиту.

Індекс довіри UNWTO демонструє незначне зниження туристів у січні-квітні 2022 року. Швидке та більш поширене розгортання вакцинації з подальшим значним припиненням обмежень на подорожі, а також більше координації та більш чіткої інформації щодо протоколів подорожей – це основні фактори, визначені експертами для ефективного відновлення міжнародного туризму.

Варто виділити проблеми та можливості, які можуть виникнути в туристичній галузі в 2022 році.

### **Проблеми 2022 року:**

1. Недавнє зростання кількості інфекцій і новий штам вірусу Omicron можуть знову порушити одужання туристичної галузі та довіри до початку 2022 року, оскільки деякі країни відновлять заборони та обмеження на поїздки для певних ринків.
2. Азійсько-Тихоокеанський регіон все ще залишається регіоном з найбільшою часткою закритих напрямків.
3. Розгортання вакцинації залишається нерівномірним.
4. Економічне середовище: підвищення цін на нафту, зростання інфляції та потенційне підвищення процентних ставок, а також високий рівень боргу та триваючі порушення в міжнародних ланцюгах поставок [85].

### **Можливості 2022 року:**

1. Постійне відновлення в багатьох країнах і ринках, переважно в Європі та Америці.
2. Все ще великий відкладений попит.
3. Постійне впровадження вакцинації.
4. Досвід, отриманий з 2020 та 2021 років.
5. Використання цифрових інструментів для полегшення подорожей, таких як цифровий сертифікат ЄС про COVID [87].

Варто зазначити, що міжнародний туризм продовжив відновлення у січні 2022 року, з набагато кращими показниками порівняно зі слабким початком 2021 року. Однак вторгнення росії в Україну посилює тиск на існуючу економічну невизначеність у поєднанні з багатьма обмеженнями на подорожі, пов'язаними з COVID-19, які все ще діють. Загальна довіра може постраждати та перешкодити відновленню туризму.

Згідно з останніми доступними даними, у січні 2022 року кількість міжнародних туристів зросла більш ніж вдвічі (+130%) у порівнянні з 2021 роком – 18 мільйонів більше відвідувачів, зафіксованих у всьому світі за перший місяць

цього року, дорівнюють загальному зростанню за весь 2021 рік. Хоча ці цифри підтверджують позитивну тенденцію, яка вже спостерігалася минулого року, на темпи відновлення в січні вплинула поява штампу Omicron та повторне введення обмежень на поїздки в кількох напрямках [43].

Після зниження на 71% у 2021 році кількість міжнародних прибутків у січні 2022 року залишалася на 67% нижче рівня до пандемії. Найсильніше виступають Європа та Америка У січні 2022 року в усіх регіонах відбулося значне відновлення, хоча з низьких рівнів, зафіксованих на початку 2021 року. Європа (+199%) та Америка (+97%) продовжували свідчити про найвищі результати, причому кількість міжнародних прибуття все ще приблизно наполовину була перед рівень пандемії (-53% і -52% відповідно). На Близькому Сході (+89%) та в Африці (+51%) також спостерігалася зростання в січні 2022 року порівняно з 2021 роком, але в цих регіонах спостерігалася падіння на 63% і 69% відповідно в порівнянні з 2019 роком. Тоді як в Азії та Тихому океані зафіксовано 44% зростання, кілька напрямків залишалися закритими для неважливих поїздок, що призвело до найбільшого зменшення кількості міжнародних прибуття у 2019 році (-93%), [83].

За субрегіонами найкращі результати зафіксувала Західна Європа, яка зареєструвала в січні 2022 року в чотири рази більше прибуття, ніж у 2021 році, але на 58% менше, ніж у 2019 році. Крім того, Карибський басейн (-38%) та Південна та Середземноморська Європа (-41% ) показали найшвидші темпи відновлення до рівня 2019 року. Найкращі результати зафіксували в порівнянні з 2019 роком: Сейшельські острови (-27%), Болгарія та Кюрасао (обидва -20%), Сальвадор (-19%), Сербія та Мальдіви (обидві -13%), Домініканська Республіка (-11%), Албанія (-7%) та Андорра (-3%). Боснія і Герцеговина (+2%).

Таким чином, за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2021 році міжнародні туристичні прибуття зросли на 4%, при цьому витрати відновилися більше, ніж обсяг, але очевидно, що сектор залишається набагато меншим, ніж це було двома роками раніше. Останнє зниження кількості прибуттів та надходжень від міжнародного туризму, знизивши як обсяг, так і вартість до рівнів, яких не було з початку століття.

## 2.2. Світові тренди розвитку ринку туристичних послуг

XXI ст. увійде в історію не лише як століття військових конфліктів, економічних криз, політичних баталій, а ще й світової пандемії, яка забрала мільйони життів в усьому світі та змусила людей задуматися над підвищенням рівня власної безпеки, відповідальності, поліпшенням стану свого здоров'я та здоров'я близьких людей, над новими методами ведення бізнесу тощо.

Негативні наслідки світової пандемії відчули багато галузей економіки, серед них і галузь туризму. Туризм як галузь економіки вже давно переплетений із іншими секторами економіки і перетворився на об'єднувальний фактор та рушійний чинник новітнього світобачення XXI ст.

Розвиток туризму став несподіваним механізмом, який відкрив завісу сприйняття, ознайомлення із культурою, історією, релігією інших держав, зблизив людей, допоміг доторкнутися до таємниць старих цивілізацій тощо. Тобто туризм став масштабним світовим явищем сьогодення, створивши та надавши людині достатні можливості пізнати і зазирнути у досі недосяжне життя інших держав у різних куточках світу. Цьому сприяв стрімкий розвиток різних галузей, що розвивалися в тандемі із туризмом і стали рушієм розвитку економіки країн. Союзниками туризму є такі галузі, як торгівля, харчова промисловість, будівництво, транспорт, зв'язок, сільське господарство, виробництво товарів масового споживання тощо.

В багатьох країнах та регіонах саме туризм є рятівним елементом, основним джерелом прибутків, оскільки природні та соціально-економічні передумови для розвитку промисловості чи сільського господарства вичерпалися або їх не було взагалі.

Отже, туризм на міжнародному ринку став одним із глобальних ресурсів економічного зростання та розвитку, що забезпечує засобами для існування мільйони людей та дає можливість оцінити культурну самобутність народів інших країн, а також багатство природи.

Протягом десятиліть туризм переживав постійне зростання та поглиблення диверсифікації, щоб стати одним із секторів економіки, що швидко розвиваються у світі. Сучасний туризм тісно пов'язаний з розвитком і охоплює все більшу кількість нових напрямків. Ця динаміка перетворила туризм на ключову рушійну силу соціально-економічного прогресу.

Зараз, після довготривалих карантинних заходів та в зв'язку з тим, що пандемія не закінчилась, а лише змінила свої форми, повністю змінилися світові тренди у сфері туризму. Наразі визначальним напрямом є **bleisure (business + leisure)** — це поєднання бізнес-поїздок та відпочинку.

Ця схема працює так: bleisure є продовження бізнес-подорожі на декілька днів з метою відпочинку. Коли у 2020 році, велика кількість працівників перейшла на дистанційну форми навчання та роботи, ця тенденція дещо видозмінилася в тренд "суміщення відпочинку з роботою", що отримав назву **WFHotel (working from hotel - робота з готелю)**, людина працює віддалено, та в цей момент вона може бути поблизу місця відпочинку [38, с.49].

У дуже зайнятої людини з'явилась можливість суміщення роботи та цікавого міста відпочинку та оздоровлення. Останні дослідженнями показали, що на сьогодні вже біля третини клієнтів у світі замовляють послугу business + leisure, ще декілька років тому цю послугу замовляв лише кожен десятий. Але в нас не настільки багато часу, чому б не скористатись можливістю побачити цікаві місця, відвідати виставку, приділити увагу собі, поспілкуватись у неформальній атмосфері, перебуваючи у певній локації з бізнес-метою.

А ще, коли неповна родина і мати працює за двох, є потреба: приділити увагу дітям або літнім батькам, змінити навколишнє середовище та графік життя, налагодити нові контакти, але при цьому є можливість дистанційно виконувати свою роботу.

**МІСЕ-ринок** дуже цікавий сегмент для туристичних компаній, але він мало досліджений професійно в Україні. Це цікавий сегмент ринку тому, що навіть при кризовому стані, користувачі послуг на такий вид подорожей більше використовують гроші, ніж на інші види туристичних послуг. Також бізнес-туризм для економіки

приймаючої країни та для інфраструктури вважається більш прибутковим. Наприклад, за деякими даними, 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування ділових туристів [34, с.215].

У сучасній структурі міжнародного ділового туризму переважають класичні **ділові поїздки та корпоративні зустрічі** (70% всіх ділових поїздок).

Частка поїздок на конгреси та конференції становить понад 15%, на виставки та ярмарки — понад 11%. Приблизно 3—4% поїздок приходиться на інсентив-тури [38, с.51].

Але ділові туристи вимагають від подорожі різні послуги та комфорт. Це зручність номерів та поїздки, співвідношення ціни, сервісу, якості та додаткових послуг, наявність швидкісного Інтернету, системи знижок, безкоштовні сніданки, наявність комфортних конференц-залів, повна інформованість про послуги та безпечність перебування на відпочинку.

У 2019 році глобальні витрати на бізнес-туризм досягли 1 283 млрд доларів США [34, с.216].

Ще одним напрямком, що дуже поширився останнім часом, а особливо на це вплинула пандемія, є розвиток, так званого, **соло-туризму**, тобто подорожей наодинці. Є багато причин для соло-подорожі: подивитися на людей і на світ навколо, спробувати щось нове, знайти нових друзів, залікувати душевні рани, розв'язатися, насолодитися миром та тишею.

Цей тренд активно підхопили і зробили популярним, завдяки соціальним мережам. Під цей напрям почав змінюватися туристичний сегмент бізнесу. Британські круїзні лінії Saga Cruises, наприклад, нещодавно вирішили додати 109 одиночних кают у лайнер Spirit of Discovery, який зійшов на воду тільки в кінці 2019 року.

Окрім цього соло-туризм став дуже затребуваний у часи карантинних заходів, також збільшуються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, набуває особливого значення у якому регіоні провести відпочинок, яка там екологія, здорова їжа, безпека перебування. Важливість наявності різних номерів для проживання:

економ, стандарт, люкс для перебування під час соло-подорожі. Можливість індивідуального заказу послуги для кожного клієнта.

У карантинних умовах дуже змінився і час перебування в подорожі, він скорочується, дуже популярними стали міні-поїздки (наприклад — тури вихідного дня).

**Міні-поїздки** є напрямом, який визначає сучасні тенденції розвитку туристичної галузі, є орієнтація туристів на отримання унікальних вражень та досвіду під час поїздки. Це гарний вид відпочинку, який за короткий час дозволяє вдихнути нових емоцій, відірватись від виробничого процесу та отримати заряд свіжості та бадьорості, а особливо якщо повна відпустка ще далеко.

Особливо актуальний такий короткий відпочинок в умовах постійної зайнятості жителів мегаполісу [38, с.52]. Зараз за 2—3 дні вікенду, можливо побувати у найвіддаленіших куточках планети, злітати на море, побувати у горах, побачити друзів або родичів з іншої країни, насолодитися зміною обстановки для стабілізації психологічного стану при сучасному розвитку ринку авіаперевезень, автомобільного та залізничного транспорту.

Наступним трендом туристичного сегменту є велнес-туризм. Це туризм здорового життя, він орієнтований на відновлення свого фізичного та психологічного стану.

**Велнес-туризм** визначається професіоналами галузі як подорож, яку робить людина з метою поліпшити або підтримати своє здоров'я. І для того, щоб цілі та бажання гостей стали реальністю, все більше і більше готелів починають приділяти пильну увагу розвитку цього напрямку [33].

У нинішній час, коли частина людей значно більше почала приділяти увагу підтримки організму в здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини, правильному харчуванню, слідкувати за якістю життя та обирати не просто відпочинок, а конкретний напрямок, який дозволяє задовольнити усі їх потреби, з'явилися нові тренди туризму, що можуть надати весь спектр таких послуг. Крім того, немає необхідності далеко їхати.

Проведений GWI фінансово-економічний аналіз показує, що основну частину велнес-туризму (67%) складають поїздки в межах країни проживання мандрівників. Йдеться, головним чином, про маршрути малої протяжності або про туризм вихідного дня [33].

Велика кількість туристів, що ведуть зоровий спосіб життя, поєднують оздоровчі процедури зі звичайною діловою активністю: відвідуваннями визначних пам'яток і ресторанів, шопінгом і бізнес-переговорами, конференціями та релакс процедурами. На такі поїздки з "додатковим велнесом", за даними GWI витрачається близько 500 млрд. дол. США на рік, що більш ніж у 5 разів більше витрат на відпочинок, пов'язаних тільки з оздоровленням (81 млрд. дол. США), [33].

Враховуючи постійні карантинні заходи, обмеження, зупинки транспорту та зміни у їх роботі, значно збільшився внутрішній туризм. Усі карантинні заходи та обмеження у вільному пересуванні, плануванні поїздок та відпусток на протязі 2020 року, змусили усіх перейти до спілкування онлайн. Це ще один крок до цифровізації.

**Цифровізація туристичної індустрії** - нова можливість отримати незабутні враження. юди швидко втомлюються від частих онлайн-конференцій, уроків, занять спортом та іншим. Все потрібно в міру. Але з'явилися нові напрями й в туризмі, які поєднали віртуальні враження та реальні відчуття. Поява онлайн-турів, практично з ефектом присутності до різних міст, різних країн світу, ми маємо змогу, не виходячи з дому побувати й на дні океану, помилуватися розкішними пляжами, водоспадами, піднятися у гори, та зацікавити споживачів послуг неймовірними враженнями. Можливо, що після закінчення пандемії ця потреба у враженнях залишиться не меншою. До того ж Україна почала 2021 рік із офіційного запуску сайту Ukraine.ua, який став повноцінним ресурсом як для туристів, так і для бізнес-інвесторів.

Для людей, через виникнення пандемії, та частих обмежень у вільному пересуванні, ще одним з трендів став внутрішній туризм, його розвиток став дуже бурхливим (рис. 2.7.):





Рис. 2.7. Світові тренди розвитку туристичної індустрії.

Примітка. Побудовано автором за даними Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Реукова А.О., Пікуліна О.В. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 54.

Особливо в останні роки всі напрями, які стосуються здорового способу життя, мають гарну тенденцію для розвитку внутрішнього туризму.

Україна має природні ресурси (кліматотерапія морським чи гірським повітрям, повітряні ванни, бальнеологія, мінеральні води, грязелікування, галотерапія (солями), апітерапія (використання бджолиних продуктів), фітотерапія), а так само великою кількістю міст є на Західній Україні, в Києві, Харкові, Львові, Одесі, Дніпрі, на базі яких можна організовувати ці види туризму [38, с.54].

Ще один тренд туристичної індустрії — **Workations** — поєднання роботи, навчання та відпочинку, 53% туристів віддають перевагу поїздкам, які вони можуть

дозволити собі у короткостроковій перспективі. Останнім часом, змінюються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, більшість людей вимагають якості харчування та окрім цього повної безпеки відпочинку. Ця складна ситуація не лише змінює надання туристичних послуг, але й надає нові можливості для винаходу чогось нового, ще більш вдалого та привабливого, що забезпечить довгострокові стратегічні цілі [33].

Це дуже привабливий напрям туристичного бізнесу, тому що змінюються потреби споживачів, якщо раніше до пандемії все можливо було заздалегідь планувати: куди їхати, на який час відпустка або відпочинок, у яке місто, якою кількістю людей, який бюджет поїздки, то за раз, в умовах постійних карантинних обмежень, грошових обмежень, через втрату багатьма робочих місць та додаткового заробітку, нових хвиль пандемії, стало не реально заздалегідь запланувати відпочинок. Ми маємо можливість тільки короткострокових планів. А тому цей тренд буде набувати поширення, можливість навчання та відпустки, або роботи та відпочинку — це суміщення цілком реальна можливість для багатьох на цей час.

Останнім часом, у період пандемії коронавірусу та закритими кордонами багатьох країн, міжнародний туризм для українців став набагато складним та обмеженим. Всі країни світу закрили свої кордони для тих, хто не має вакцинації, окрім цього транспортні обмеження несуть свої корективи. Тому виникає можливість направити туристичний потенціал у внутрішній туризм.

Це дає чудовий шанс більше дізнатися про наш край та підтримати ініціативу Президента України — проект Мандруй країною.

Серед лідерів за напрямками подорожей — море і гори. Про це говорять і великі, і дрібні оператори. Влітку найпопулярнішим був пляжний відпочинок: Коблево, Затока, Одеса, Бердянськ, Кароліна Бугаз. Високий попит на відпочинок у Карпатах. Варіанти подорожей обумовлені логістикою. Популярними стають ті місця, де є хороша дорога [38, с.55].

За статистикою у 2020 році зріс потік туристів всередині країни у більш дорогому сегменті. Основним пріоритетом розміщення стали так звані віп-об'єкти,

це пов'язано із закриттям кордонів та вимушеним відпочинком в Україні тих, хто їздив відпочивати тільки за кордон, та отримати кращий відпочинок.

Тренд 2020 року — віп-відпочинок. Середній чек становить 2 тис. грн за добу і вище за двомісний номер. Номери класу-люкс були заброньовані в першу чергу. Для порівняння: у 2019 році були популярні готелі із середнім чеком 900 грн за добу. Окрім цього кількість "бюджетних" туристів значно зменшилася [14], це було пов'язано з тим, що велика кількість людей втратила частину свого заробітку, інші взагалі втратили роботу або додаткову роботу, частина людей перейшла на роботу онлайн та втратила частину свого доходу [33].

Доки будуть продовжуватися нові хвилі пандемії та існувати карантинні заходи, внутрішній туризм буде розвиватися та нарощувати свої обсяги, а це додатковий прибуток для України. Тому потрібно організовувати нові тури, відкривати нові місця, інвестувати гроші в пам'ятки архітектури та історії, пропонувати гостям з України та далекого зарубіжжя унікальні, непередбачувані враження від туристичних подорожей.

Згідно з останньою експертною групою UNWTO, більшість професіоналів у сфері туризму (61%) бачать кращі перспективи на 2022 рік. У той час як 58% очікують відновлення в 2022 році, переважно в третьому кварталі, 42% вказують на потенційне відновлення лише у 2023 році. Більшість експертів (64%) тепер очікують, що міжнародні прибуття повернуться до рівня 2019 року лише у 2024 році або пізніше, у порівнянні з 45% у вересневому опитуванні. Коли ви очікуєте, що міжнародний туризм у вашій країні повернеться до рівня до пандемії 2019 року.

Таким чином, щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні напрямки. Поява нових напрямів та використання світових трендів, це ще одна додаткова можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості.

### **2.3. Фактори впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг, включаючи пандемію COVID-19**

Туризм є одним з секторів, який розвивається найбільш стабільно і становить основу економіки багатьох розвинених країн світу та країн, що розвиваються. В зв'язку з швидкими темпами зростання світовий туризм визнаний економічним феноменом ХХ століття. Протягом багатьох років туризм незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки «приходити в себе» після економічних криз, а й сприяти більш широкому економічному і соціальному відновленню.

Пандемія COVID-19 найсильніше вдарила по туристичній індустрії в усьому світі. Відповідно до показників звіту Всесвітньої ради з туризму і подорожей (WTTC), зробленому разом із Oxford Economics, частка туризму в глобальному ВВП у 2020 році зменшилась до 4,7 млрд. дол. США, в той час як у 2019 році даний показник становив 10,4% або 9,2 млрд. дол. США. Тобто, внесок туризму у світовий ВВП за попередній рік зменшився вдвічі. У 2020 році сектор втратив майже 4,5 трлн. дол. США, а його внесок у світовий ВВП скоротився на 49,1% [45].

Через пандемію коронавірусу в усьому світі в секторі туризму в 2020 році було втрачено близько 62 млн. робочих місць, що на 18,5% менше показника попереднього року. На сьогодні в індустрії туризму число працюючих становить 272 млн. осіб. На міжнародний туризм, включно з його прямим і непрямим впливом, до початку пандемії припадало кожне четверте нове робоче місце або 10,6% від загальної кількості робочих місць в світі (334 млн), [47].

За офіційними даними туристичний бізнес в Україні під час пандемії вже втратив мінімум 1,5 млрд доларів. Тисячі працівників туристичного сектору України втратили роботу. Кожна країна світу намагається підтримати туристичний сектор, впроваджуючи програми підтримки бізнесу та збереження робочих місць. Як показує досвід минулого, найважливішу роль у виробленні ефективних заходів у відповідь на соціальні та економічні виклики відіграє конструктивний і безперервний соціальний діалог між урядами та соціальними партнерами. Діючи в односторонньому порядку, уряди не в змозі ні ліквідувати причини і наслідки кризи,

ні забезпечити соціальну стабільність і відновлення. Соціальний діалог - незамінний інструмент продуманого управління кризовими ситуаціями і прискорення відновлення, а також найважливіший засіб управління при проведенні реформ.

Під впливом пандемії COVID-19 за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) міжнародні прибуття туристів по всіх континентах світу значно скоротилися. Також, за прогнозними даними відбувається спад розвитку міжнародного туризму через війну в Україні. Війна в Україні створює нові виклики глобальному економічному середовищу і може перешкодити відновленню довіри до глобальних подорожей [53].

Світова туристична індустрія вже відчуває на собі наслідки війни в Україні. Раптове скорочення числа росіян і українців, які виїжджають за кордон з моменту вторгнення росії, завдало величезної шкоди відновленню галузі відразу після COVID-19. Авіакомпанії по-новому планують рейси, облітаючи росію, а санкції не дозволяють росіянам розплачуватися за кордоном картами всесвітньо відомих систем.

У популярних туристичних країнах оцінюють, яким буде спад туризму на тлі агресії росії. Тим часом Україна та світова спільнота закликають розірвати співпрацю з росією, зокрема й у сфері туризму.

Після вторгнення росії в Україну західні країни заборонили російським пасажирським літакам входити у їхній повітряний простір, і вся російська туристична індустрія зазнала кардинальних змін [52].

Західні санкції різко скоротили список місць, куди росіяни можуть їздити за кордон, фактично ізолюючи країну від світу. Відтепер росіяни можуть літати тільки в 15 країн, в основному в країни колишнього СРСР, а також: Іран, Ізраїль, Туреччину, В'єтнам, Занзібар, Катар, ОАЕ і Таїланд і лише деякими російськими авіакомпаніями. Багато хто їде просто куди завгодно з квитком в один кінець і готівкою. Наприклад, в Узбекистан, Грузію, Вірменію, ОАЕ.

Отже, міжнародні туристичні прибуття по всіх континентах скоротилися через пандемію COV-19. Тепер прогнозують спад туризму через війну в Україні [53].

Станом на 24 березня 2022 року 12 напрямків не мали обмежень, пов'язаних із COVID-19, і дедалі більше напрямків пом'якшували або скасовували обмеження на подорожі, що допомагає розкрити відкладений попит. Однак висока невизначеність, що виникає внаслідок військового наступу російської федерації на Україну, у поєднанні зі складним економічним середовищем та обмеженнями на поїздки, які все ще діють через триваючу пандемію, може вплинути на загальну довіру та порушити тенденцію до зростання туризму в 2021 році [51].

Війна в Україні ставить нові виклики для світового економічного середовища та ризикує завадити поверненню довіри до глобальних подорожей. Американські та азійські вихідні ринки, які почали відкриватися, можуть особливо вплинути на подорожі до Європи, оскільки історично ці ринки більше схильні до ризику. Закриття українського та російського повітряного простору, а також заборона російських перевізників багатьма європейськими країнами впливає на внутрішньоєвропейські подорожі. Це також спричиняє обхідні маршрути на далеких рейсах між Європою та Східною Азією, що призводить до триваліших рейсів та вищих витрат.

Україна з її історичними містами, мальовничою сільською місцевістю і красивим морським узбережжям теж була популярним туристичним напрямком. Однак зараз повітряний простір України закрито для пасажирських літаків, а міста та інфраструктура зруйновані.

У 2020 році на росію та Україну припадало 3% глобальних витрат на міжнародний туризм, і щонайменше 14 мільярдів доларів США від глобальних туристичних надходжень можуть бути втрачені, якщо конфлікт затягнеться [53].

Важливість обох ринків є важливою для сусідніх країн, а також для європейських сонячних та морських напрямків. російський ринок також набув значної ваги під час пандемії для далекомагістральних напрямків, таких як Мальдіви, Сейшели або Шрі-Ланка. Як напрямки, на росію та Україну припадало 4% усіх міжнародних прибуття в Європу, але лише 1% надходжень Європи від міжнародного туризму в 2020 році.

Незважаючи на те, що ще надто рано оцінювати вплив, пошук авіаперельотів і бронювання через різні канали показали уповільнення через тиждень після вторгнення, але почали відновлюватися на початку березня 2022 року. Безсумнівно, що наступ додасть додаткового тиску на і без того складні економічні умови, підриваючи довіру споживачів та підвищуючи невизначеність інвестицій.

За оцінками Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD), глобальне економічне зростання може бути більш ніж на 1% нижчим цього року, ніж прогнозувалося раніше, тоді як інфляція, яка вже була високою на початку року, могла б бути щонайменше на 2,5% вищою [52].

Нещодавній стрибок цін на нафту (Brent досяг найвищого рівня за 10 років) і зростання інфляції роблять проживання та транспортні послуги дорожчими, додаючи додатковий тиск на підприємства, купівельну спроможність споживачів і заощадження. Цей прогноз відповідає аналізу потенційних наслідків конфлікту для відновлення та зростання світової економіки Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), яка також знизилася свій прогноз зростання світової економіки в 2022 році з 3,6% до 2,6% і попередив, що країни, що розвиваються, будуть найбільш вразливими до уповільнення.

Міжнародна банківська система SWIFT, що об'єднує понад 11 000 фінансових установ по всьому світу, наприкінці лютого 2022 року призупинила обслуговування семи російських банків у зв'язку з війною в Україні. Це завдало шкоди фінансовій системі росії і обмежило її можливості міжнародної торгівлі. На практиці це зробило практично неможливим використання росіянами кредитних карт і банківських рахунків за кордоном [51].

Найсильніше втрату українських відвідувачів вже в цьому сезоні 2022 відчує Туреччина. До пандемії туризм становив 10% ВВП країни. У 2021 році після зняття обмежень на поїздки країну відвідали близько 4,7 млн росіян і 2,1 млн українців: чверть від усіх 24,7 мільйона іноземних гостей за весь рік [53].

Хоча Туреччина не вводила санкції проти росії та не закривала повітряний простір для авіакомпаній з неї, вторгнення в Україну зруйнувало надії галузі на відновлення. Прогнози по доходах від туризму на цей рік значно знизив і В'єтнам.

Італія - одна з популярних у туристів країн, яка разом з ЄС приєдналася до санкцій проти росії. У звіті британської The Guardian говориться, що росіяни навряд чи входять в топ 20 країн за кількістю відвідувачів Італії. Але за часом, проведеним в країні, займають дев'яте місце, а за кількістю грошей, які ті везли в країну - друге після Німеччини. Вони активно купували в Італії нерухомість, а в деяких регіонах з'являлися цілі містечка – "філії русского мира": населені пункти, де більшість вілл і будинків належить громадянам росії. Продаж елітних вілл росіянам становить істотну частину доходів італійців: тут раніше відкривалися компанії, орієнтовані на громадян з країни-окупанта [51].

Тим часом все частіше звучать заклики країнам уникати будь-якої співпраці з росією. Країнам, які залежать від туризму, потрібно вибрати або гроші на крові, або усвідомлений вибір на користь демократії.

Список країн, які "зберігають нейтралітет" або взагалі не засуджують окупанта, досить довгий. Зараз їх більше 70-ти. До цього переліку входять: Хорватія; Шрі-Ланка; Сейшели; Чорногорія; Марокко; Катар; Саудівська Аравія; ОАЕ та багато інших. Також, війна в Україні не зупинила Єгипет та Туреччину від прийому російських туристів.

Тим часом незрозуміло, скільки саме триватиме війна в Україні. Лінія фронту змістилася на схід і південь країни, а ознак повернення до звичайного життя найближчим часом поки мало [53].

Для подолання негативних економічних наслідків у сфері туризму та рекреації, спричинених пандемією SARS-CoV-2, необхідно на рівні державних та місцевих інституцій розробити та імплементувати низку заходів для підтримки розвитку внутрішнього туристично-рекреаційного сектору, активізації діяльності підприємств сфери туризму і рекреації, реабілітаційного напрямку подолання наслідків коронавірусу, оскільки саме наслідки хвороби є важкими і потрібне тривале відновлення, яке може забезпечити рекреаційно-туристичний комплекс.

Вплив глобальних чинників на зміни кількості туристичних подорожей у світі у 2000–2021рр. відображено на рисунку 2.8.:



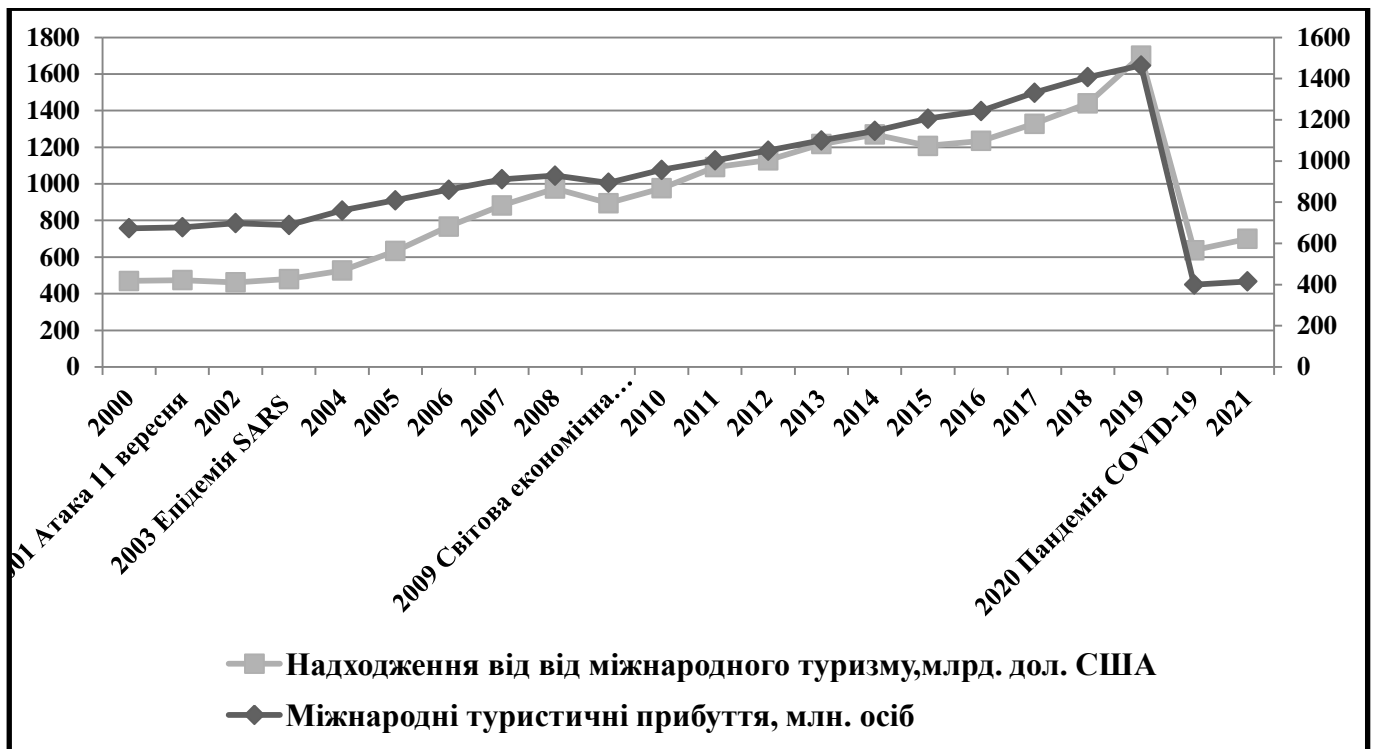


Рис.2.8. Вплив глобальних чинників на зміну кількості туристичних

подорожей та надходжень у світі у 2000-2021рр., (млн. осіб; млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Аналізуючи рисунок 2.8. варто відмітити, що вплив глобальних чинників (терористична атака 11 вересня 2001 року в США; епідемія SARS-CoV-2; світова економічна криза та пандемія COVID-19) майже однаково впливала на зміни кількості туристичних прибуттів та отримання надходжень від туризму в світі в період 2000–2021рр. Тобто, в умовах глобальних криз зменшення кількості міжнародних туристів та кількості отриманих надходжень від туризму відбувалося в приблизно однаково. До цих глобальних факторів варто додати війну в Україні, яка також за прогнозними даними матиме значний вплив на зміну основних показників розвитку світового ринку туристичних послуг [56; 57].

UNWTO була визнана за утвердження цінностей туризму та просування цього сектору як стовпа миру та відновлення. На неформальній зустрічі міністрів туризму ЄС французьке головування в Європейській раді привітало керівництво UNWTO та відзначило міцну єдність сектора перед обличчям історичного виклику. Звертаючись до делегатів, генеральний секретар ЮНВТО Зураб Пололікашвілі

попередив про «потрійну загрозу» триваючої пандемії COVID-19, надзвичайної кліматичної ситуації та війни в Європі [86].

З початку вторгнення росії в Україну ЮНВТО додала свій голос до суворого засудження ширшої системи Організації Об'єднаних Націй та інших міжнародних органів. У Діжоні до представників французького головування приєдналися міністри з усього регіону, які високо оцінили однозначну позицію керівництва UNWTO [52].

Оскільки міністри туризму 27 країн ЄС зустрілися особисто вперше з початку пандемії, UNWTO також виступила за посилення співпраці та солідарності. Усіх делегатів закликали визнати ключову роль, яку відіграє відновлення туризму у сприянні міжнародній солідарності та забезпеченні надії для мільйонів людей у кожному глобальному регіоні.

Відновлення туризму триває ЮНВТО привітала постійне скасування та послаблення обмежень на поїздки, введених у відповідь на пандемію. Станом на 15 березня 2022 року сім країн світу повністю зняли свої обмеження, пов'язані з COVID-19, повністю відповідно до рекомендацій UNWTO та Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ і міністрів 27 країн-членів ЄС закликали не втрачати увагу на проблеми, які все ще стоять на шляху відновлення сектору [53].

Генеральний секретар ЮНВТО закликав уряди ЄС надати туризму необхідну підтримку, щоб змінити ситуацію, а також високо оцінив плани відновлення багатьох країн-членів ЄС. Цільна допомога для туризму буде корисною для всіх рівнів сектору, особливо малого та середнього бізнесу та окремих працівників. Зараз настав час для туризму активізувати свої зобов'язання щодо кліматичних заходів, а співробітництво найважливіша основа для побудови більш стійкого та стійкого сектора [43].

За офіційними дослідженнями Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), протягом останніх двох років відбулися зміни за чотирма основними напрямками. Варто виділити основні фактори можуть сприяти ефективному відновленню міжнародного туризму:

По-перше, внутрішній туризм демонструє позитивні показники, оскільки люди почали більше подорожувати власними країнами й обирати дестинації ближче до дому.

По-друге, плануючи свої поїздки, мандрівники все частіше почали звертати увагу на автентичність, екологічність та локальний бренд.

По-третє, в умовах тотальних карантинних обмежень надзвичайною популярністю тепер користується зелений або сільський туризм, що максимально забезпечує соціальну дистанцію та усамітнення.

По-четверте, у 2021 році збільшилась середня тривалість подорожей, а відповідно й відбулося значне збільшення витрат [53].

COVID-19 продемонстрував надзвичайну важливість потреби сектору швидко адаптуватися до змін. Ключові зрушення для розвитку туризму після COVID19 - це оцифровка, підтримка суб'єктів туристичної діяльності та безпосередньо представників МСП на всіх етапах виходу з кризи, збереження робочих місць, турбота про захист мандрівників, а також дані та дослідження для виявлення тенденцій, які можуть допомогти у відновленні туризму. Для того, щоб запустити галузь після сезону, який, як свідчать наявні дані, було втрачено, потрібно перш за все, розпочати реалізацію програм з підтримки бізнесу, збереження робочих місць туристичного сектору та відновити впевненість людей у безпеці подорожей.

Отже, такий чинник, як пандемія COVID-19, здатний паралізувати світовий туристичний ринок на невизначений термін. Відсутність скоординованої реакції країн для забезпечення узгоджених рішень та скоординованих обмежень, а також погіршення економічного середовища експерти також назвали важливими перешкодами для відновлення туристичної сфери.

Основними факторами впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг є: терористична атака 11 вересня 2001 року в США; епідемія SARS-CoV-2; світова економічна криза та пандемія COVID-19, які значно вплинули на зміну кількості туристичних прибуттів та отримання надходжень від туризму в світі. До цих глобальних факторів варто додати війну в Україні.

## Висновки до розділу 2

Таким чином, за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2021 році міжнародні туристичні прибуття зросли на 4%, при цьому витрати відновилися більше, ніж обсяг, але очевидно, що сектор залишається набагато меншим, ніж це було двома роками раніше. Останнє зниження кількості прибуттів та надходжень від міжнародного туризму, знизивши як обсяг, так і вартість до рівнів, яких не було з початку століття.

Щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні напрямки. Поява нових напрямів та використання світових трендів, це ще одна додаткова можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості.

Варто зазначити, що такий чинник, як пандемія COVID-19, здатний паралізувати світовий туристичний ринок на невизначений термін. Відсутність скоординованої реакції країн для забезпечення узгоджених рішень та скоординованих обмежень, а також погіршення економічного середовища експерти також назвали важливими перешкодами для відновлення туристичної сфери.

Основними факторами впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг є: терористична атака 11 вересня 2001 року в США; епідемія SARS-CoV-2; світова економічна криза та пандемія COVID-19, які значно вплинули на зміну кількості туристичних прибуттів та отримання надходжень від туризму в світі. До цих глобальних факторів варто додати війну в Україні.

Отже, туризм, один із найбільш динамічних і трудомістких секторів нашого часу, опинився серед найбільш постраждалих внаслідок нинішньої кризи. На карту поставлено засоби для існування мільйонів людей, і їм необхідно надавати підтримку. У міру того, як країни поступово знімають обмеження на поїздки і туристична діяльність у багатьох частинах земної кулі потроху відновлюється, охорона здоров'я має залишатися пріоритетним завданням.

**РОЗДІЛ 3**  
**КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖІСТЬ УКРАЇНИ**  
**НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**  
**В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЧНОЇ КРИЗИ**

**3.1. Головні характеристики туристичних послуг України**

Туристична галузь України протягом останнього десятиліття демонструвала стабільне зростання, що відповідало загальносвітовим тенденціям та динаміці стрімкого розвитку туризму. Однак у зв'язку з поширенням пандемії COVID-19, туристичний бізнес в Україні постраждав найбільше, зокрема через обмежувальні заходи щодо пересування громадян, заборону авіаперевезень тощо. Навесні 2022 р. цю проблему критично погіршило вторгнення росії на територію України.

Людство пережило не одну пандемію і знає, які наслідки вона залишає по собі. Пандемія COVID-19 вразила світ в 2020 році та швидкими темпами поширилася країнами світу. Кожна держава через масове поширення епідемії, змушена була ввести радикальні дії. Туризм, який до пандемії приносив значні прибутки до державного бюджету, був сповільнений, а в деякі періоди і взагалі – заборонений. Складність проблеми полягає в тому, що пандемія має великий негативний вплив на всі сфери життя, реабілітація яких є складною, а збитки – колосальними.

Україна має потужний потенціал для розвитку туристичної галузі, вигідне географічне розташування в центрі Європи, сприятливий клімат, велику кількість пам'яток – все це підтверджує, що потенціал туристичної галузі в Україні може стати одним з інструментів прискорення соціально-економічного розвитку держави [76].

Сучасна Україна належить до тих країн, що мають значний, але нереалізований потенціал туристичної галузі. Основними перешкодами є чинники правового, економічного, соціального, екологічного, управлінського та культурного

характеру. Тим самим українська економіка недоотримує від туристичної галузі чимало фінансових надходжень [76].

На сьогодні розвиток потенціалу туристичної галузі дає країні такі переваги:

- збільшення грошового потоку, у тому числі приплив іноземної валюти від іноземних туристів, а отже, і зростання доходів населення;
- зростання валового національного продукту (ВНП);
- сприятиме збереженню культурно-історичної спадщини;
- поповнення бюджету через збільшення податкових зборів приймаючої області та інших надходжень;
- створення нових робочих місць, тобто збільшення зайнятості населення;
- залучення капіталу, в тому числі іноземного;
- розвиваючи туристичну галузь, країна поступово розвиває й інші галузі [64].

Це означає, що покращення туристичного потоку в Україні дасть змогу відродити національну економіку. У той же час важливо зазначити, що на сьогодні туристична галузь в Україні переживає складні часи, оскільки кількість в'їзних туристів, починаючи з 2014 року, постійно зменшувалась.

За даними Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ) загальна кількість туристів України в 2015 році становила 2019576 осіб. У період 2014-2016 рр. кількість іноземних, виїзних та внутрішніх туристів значно зменшилась через військові дії на Донбасі та анексію Криму. Однак у 2016-2019рр. спостерігається стрімке зростання кількості туристів в Україну, аж до рекордної позначки в 6132097 осіб у 2019 році [42].

Туризм є перспективною галуззю України, про що свідчить кількість туристів обслугованих туроператорами та турагентами та динаміка туристичних потоків України за останні 20 років (рис. 3.1.), [42, 47].

В 2020 році відбувається зменшення кількості туристів України до 2 360 278 осіб, що на 3 771 819 осіб або 61,51% менше в порівнянні з 2019 роком під впливом пандемії COVID-19 та відповідно до загальносвітових тенденцій [42, 47].

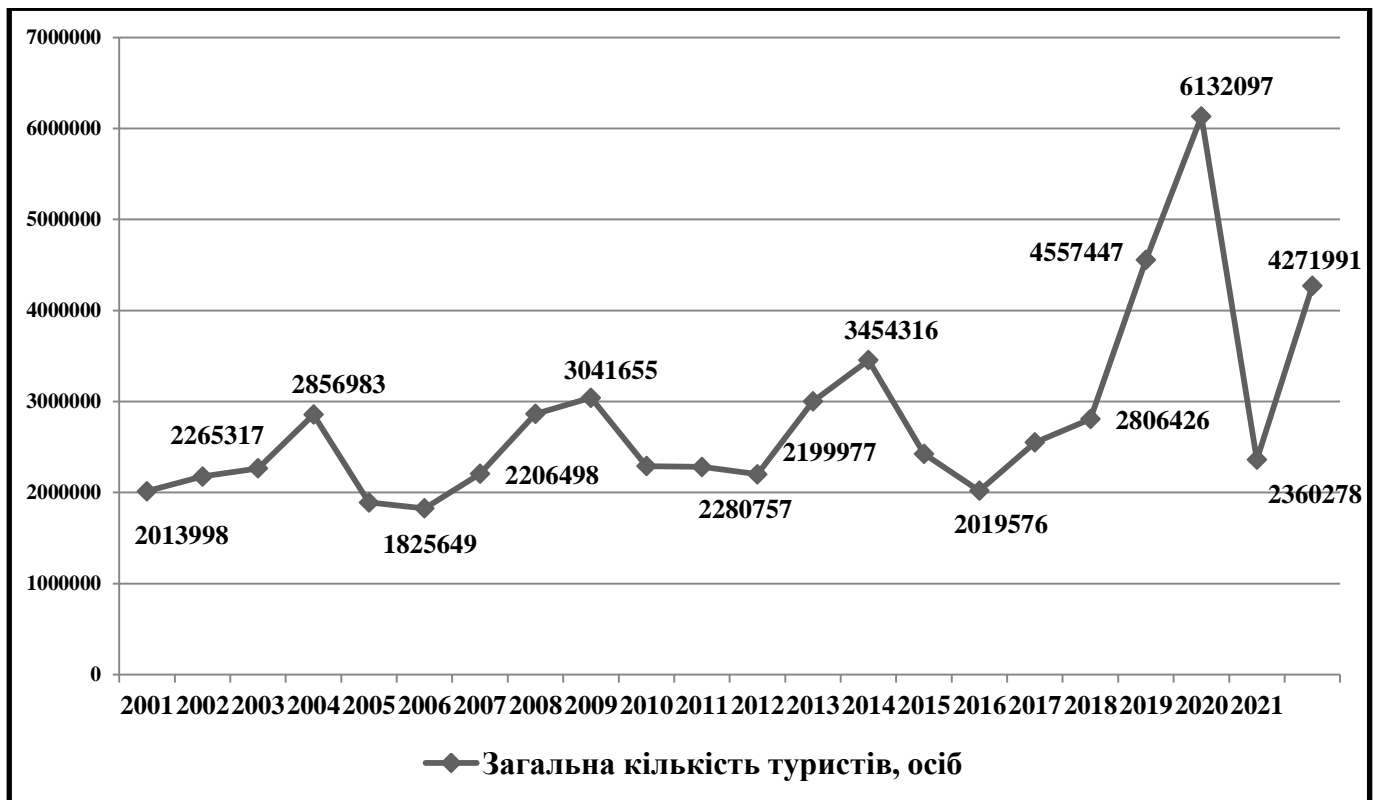


Рис. 3.1. Динаміка кількості туристів обслугованих туроператорами та турагентами в Україні в період 2000-2021рр., (осіб).

2014-2021рр. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Попри COVID-19 та різні світові перипетії, люди доволі активно відвідували Україну. В 2021 році за даними Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ), Україну відвідав 4 271 991 іноземний турист, що на 26,3% більше, ніж у 2020 році. Цей показник вищий, ніж у попередній рік, проте в 3,5 рази нижчий, ніж був до глобальної пандемії.

Так, за даними Державної служби статистики України в 2021 році, Україну відвідали 70% європейців, 25,5% туристів з країн Азії, 3% - туристи з Північної Америки, 1,4% - з країн Африки. Частка країн з Океанії та Південної Америки по 0,6% та 0,2% відповідно (у той час як за відповідний період 2020 року з Європи в Україну приїхали 79,2%, туристи з Азії становили 17,7%, з Північної Америки – 1,5%, а туристи з Океанії та країн Африки по 0,7%), (рис. 3.2.), [47]:

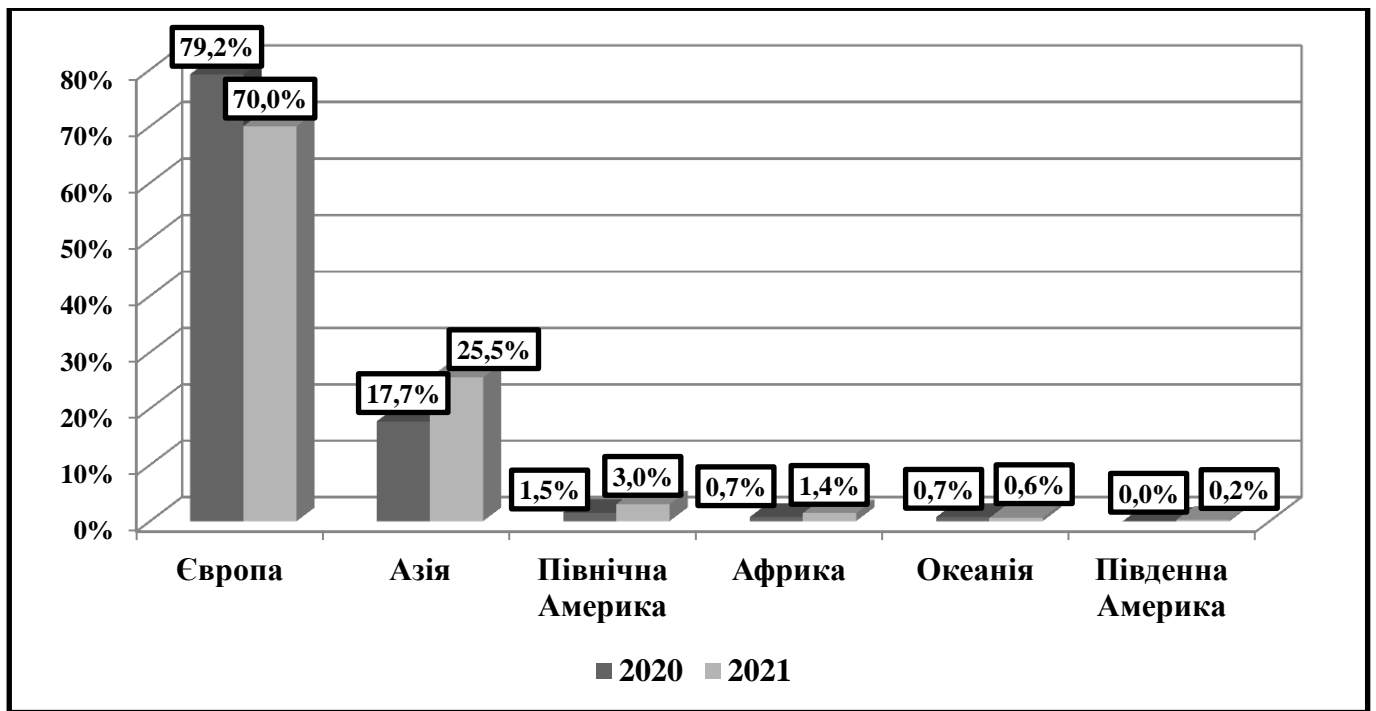


Рис. 3.2. Регіональна структура іноземних туристів в Україну в 2020-2021рр., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

2020 рік поставив туристичну галузь в екстремальні умови та кардинально змінив підхід туристів до вибору країн для відпочинку. Водночас 2021 рік ознаменувався поступовим відновленням туристичних потоків, як для України, так і для світу загалом. Відбулося значне переосмислення туристичних маршрутів та підвищення рівня внутрішніх поїздок у всьому світі.

Варто зазначити, що динаміка туристичних потоків України в період 2010-2020рр. та співвідношення внутрішніх, виїзних та в'їзних туристів протягом зазначеного періоду кардинально змінювались, що пов'язано з відповідними періодами розвитку України [42, 47], (див. Рис. 3.3.).

Потік в'їзних туристів в Україну в 2015 році становив 15159 осіб проти 357021 осіб виїзних туристів цього ж року, що становило мінімальне значення за досліджуваний період. Але кількість іноземних туристів в Україну почала відновлюватися та співвідношення частково вирівнювалось. У 2019 році в'їзний туристичний потік в Україну становив 86840 осіб іноземних туристів, а в 2020 році під впливом глобальної пандемії знизився до 11964 осіб.



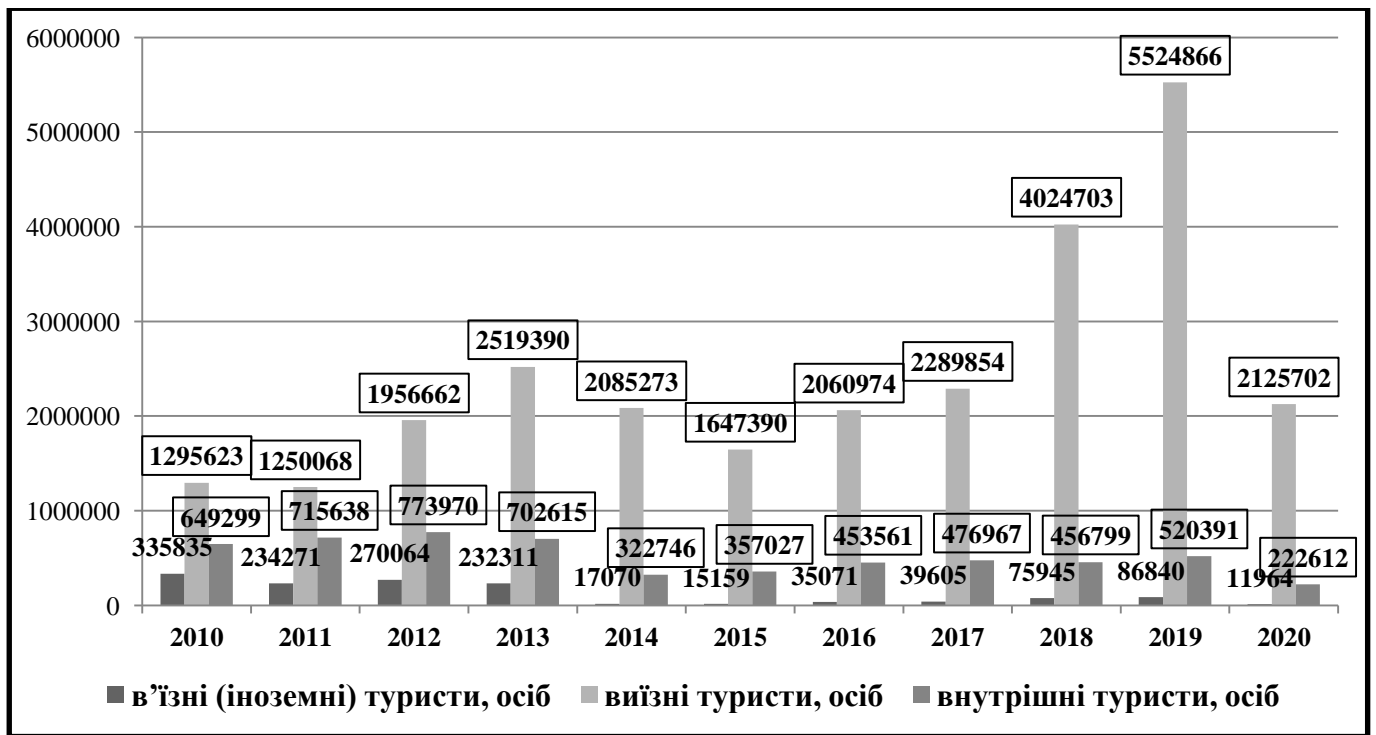


Рис. 3.3. Динаміка туристичних потоків України в період 2010-2020рр., (осіб). 2014-2020рр. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях. Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Пандемія COVID-19 відіграла вирішальну роль в зменшенні кількості подорожей за кордон для людей у всьому світі, та, зокрема, в Україні, на сьогодні можна лише оцінювати збитки спричинені карантинними заходами за останні півтора роки. Однак така ситуація стала поштовхом для відкриття нових туристичних ринків та стрімкого розвитку внутрішнього туризму.

У новій туристичній реальності на перший план виходить не лише вартість туру та певні вподобання, а й враховуються карантинні обмеження, правила в'їзду до країни та ситуація з поширенням COVID-19.

За даними Державного агентства розвитку туризму України кількість іноземців, які перетнули кордон України у 2021 році становила 4,27 млн осіб та зросла на 26,3% в порівнянні з 2020 роком.

Найбільше іноземців в 2021 році прибули до України з Молдови, Росії, Польщі, Білорусі та Румунії. З Молдови до України приїхало 1,054 млн. іноземних

туристів, з росії – 519 тисяч, Польщі – 311 тисяч, Білорусії – 273 тисяч, Румунії – 264 тисячі, Туреччини – 247 тисяч, Угорщини – 227 тисяч, Німеччини – 154 тисячі, Ізраїлю – 133 тисячі та з США – 103 тисячі (табл. 3.1 та рис. 3.4.), [42, 47]:

Таблиця 3.1

Топ-10 країн в'їзного туризму в Україну в 2019-2021рр.

Країна	2019	2020	2021	2021/2020
Молдова	4278329	933243	1054068	+13%
росія	1432 665	390337	518982	+33%
Польща	1115784	272180	310724	+14%
Білорусь	1756641	463548	272869	-41%
Румунія	751913	229437	264216	+15%
Туреччина	306428	149183	246652	+170%
Угорщина	828220	217570	227354	+4%
Німеччина	270538	74046	154133	+208%
Ізраїль	295695	57698	133105	+240%
США	35679	42833	103233	+230%

Примітка. Складено автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Крім того, громадяни деяких країн активно виявляють інтерес до України та їх показники, за прогнозами, зростатимуть: Саудівська Аравія (56 тис.), Італія (56 тис.), Велика Британія (56 тис.), Грузія (49 тис.), Азербайджан (48 тис.), Індія (48 тис.), Франція (39 тис.), Чехія (38 тис.), Словаччина (31 тис.), Вірменія (25 тис.), Нідерланди (24 тис.). Траплялися також і "самотні" мандрівники з Пуерто-Рико, Сен-П'єр і Мікелон, а також Макао [53].

Впродовж 2021 року кількість громадян Саудівської Аравії, які приїздили в Україну здебільшого з метою туризму, зросла у 103 рази і це абсолютний рекорд приросту. За попередніми підрахунками, це додаткові 850 млн грн для України. Також, туристичний сезон 2021 року в Україні запам'ятався великим інтересом збоку туристів з країн Перської затоки. Лібералізація візового режиму з країнами Перської затоки, пряме авіасполучення та промоція зробили свою справу [54].

Варто зазначити, що завдяки вдаль рекламній компанії туристичної галузі 2021 рік в Україні став роком величезного потоку туристів з арабських країн. Це однозначно прорив у туристичній сфері країни, однак стався він не випадково. Для

цього налагоджували авіасполучення, проводили промокампанії України. Однак не останню роль у досягненні цього успіху зіграли кон'юнктура глобального туристичного ринку, закриті кордони та карантинні обмеження в популярних країнах. Щоб ми могли конкурувати з іншими європейськими країнами після зникнення цих бар'єрів, треба далі інвестувати в розвиток [54].

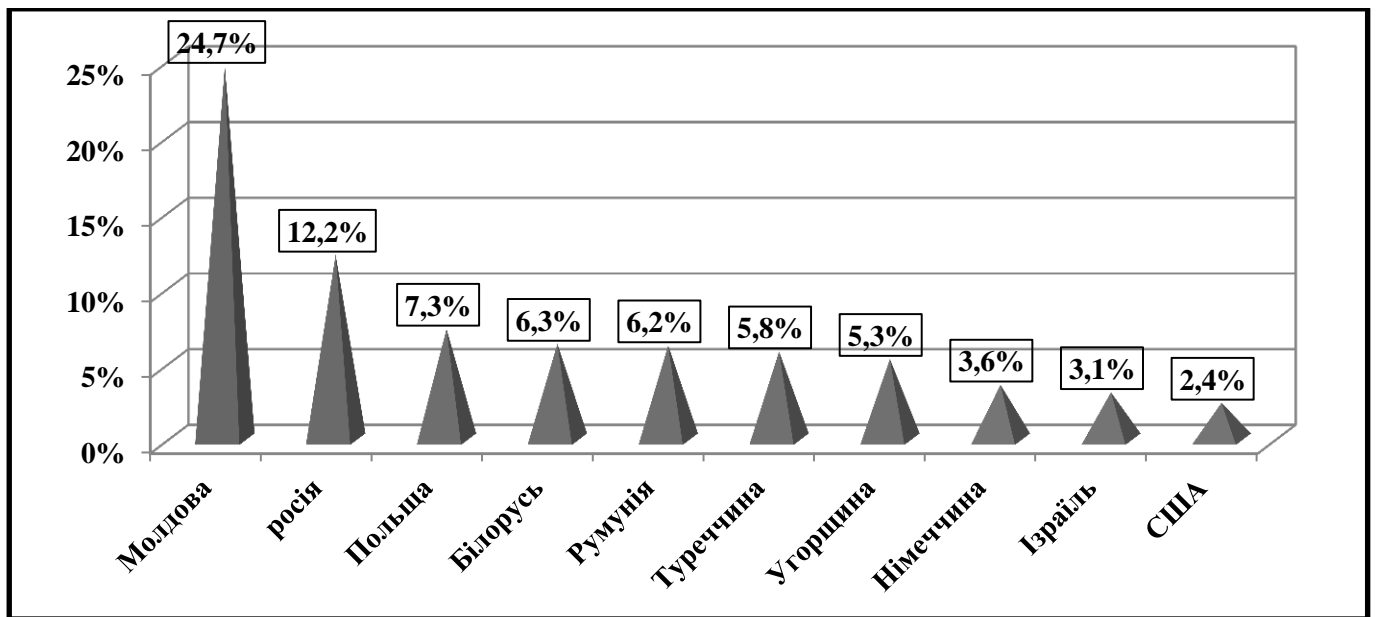


Рис. 3.4. Структура в'їзного туристичного потоку в Україну за країнами походження в 2021 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

В середньому іноземці протягом 7-9 днів перебування мали витрати на суму 929 дол. США.

Серед мандрівників найбільше витрачали громадяни Об'єднаних Арабських Еміратів (ОАЕ) в середньому 2 220 дол. США за період перебування. Громадяни Саудівської Аравії та Оману витрачали дещо менше по 1 500 дол. США, канадійці - 1 250 дол. США, а мандрівники із США по 1 125 дол. США (див. Рис. 3.5.).

Основною метою подорожі іноземців в 2021 році до України були відпустка, дозвілля та відпочинок. Принаймні, так зазначили 29,5% опитаних респондентів. Ще 25,9% відповіли, що прибули до України в ділову поїздку. Відвідували рідних та друзів 22,4% опитаних [47].

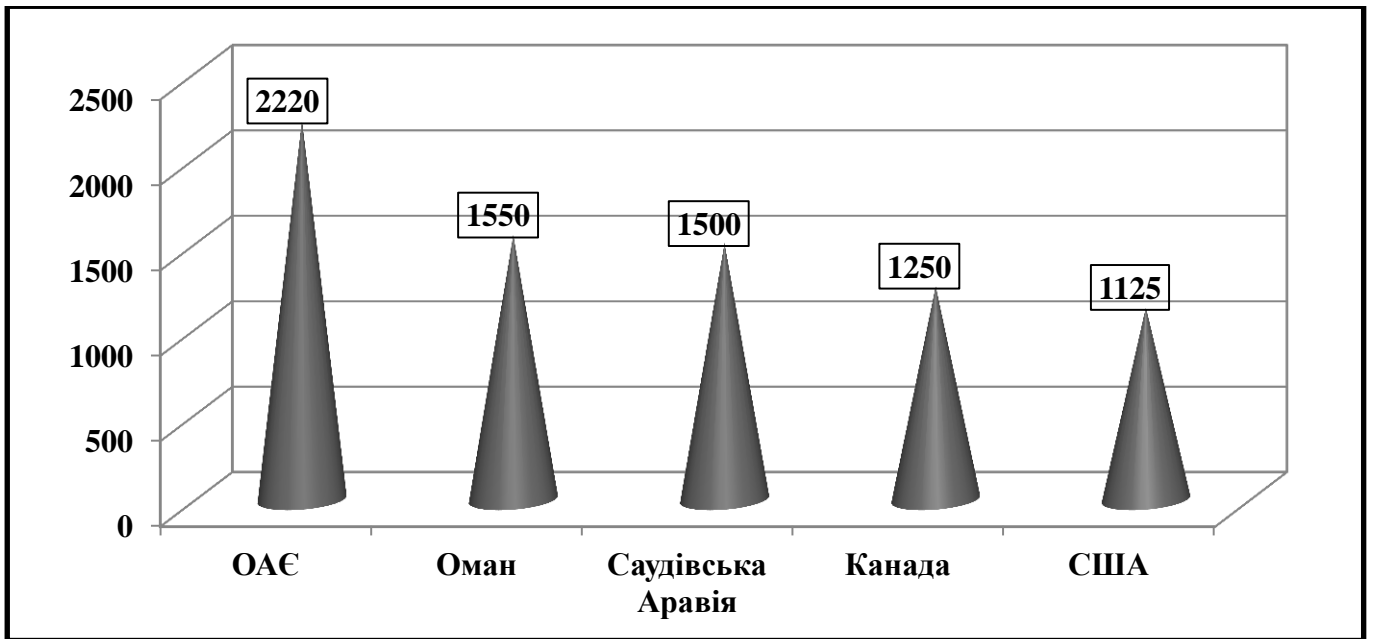


Рис. 3.5. Топ країн за найвищими типовими витратами серед туристів в Україні у 2021 році, (дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

На лікування та оздоровлення приїхало близько 12% іноземців, а от на шопінг лише 4% туристів. Ще 1,2 % мандрівників у 2021 році завітало до України у пошуках свого коріння [47], (рис. 3.6.):

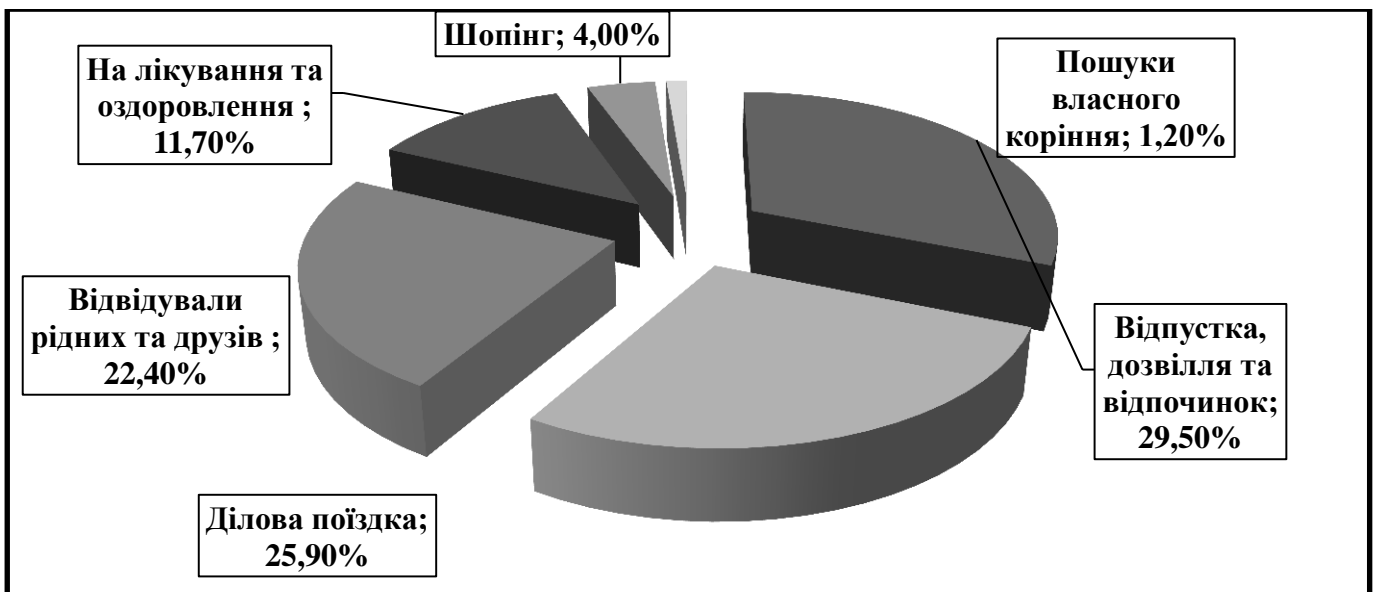


Рис. 3.6. Розподіл за метою поїздки іноземних туристів до України в 2021 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Отже, в 2021 році до України приїхало значно більше туристів, ніж у доковідні часи. Так, показники туристичного збору в 2021 році зросли на 20% в порівнянні навіть з показниками 2019 року. Це стало можливим внаслідок того, що для нас відкрилися нові туристичні ринки – ОАЕ та Саудівської Аравії. Прогноз на 2022 рік ще позитивніший. Очікуємо повторні та перші візити туристів із країн, які проявили цікавість у 2021 році. До них доєднуються нові країни..

Рівень лояльності іноземців, які завітали до України минулого року, досить високий – 60%. Також згідно з даними ДАРТ більшість іноземців - 36,5% - подорожували Україною родинами. Трохи менше - 35,4% наодинці. А близько 22% мандрівників відвідали Україну разом зі своїми друзями. З колегами по роботі до України завітали 5,1% іноземців, а у складі туристичних груп - 1,2% туристів [47], (рис. 3.7.):

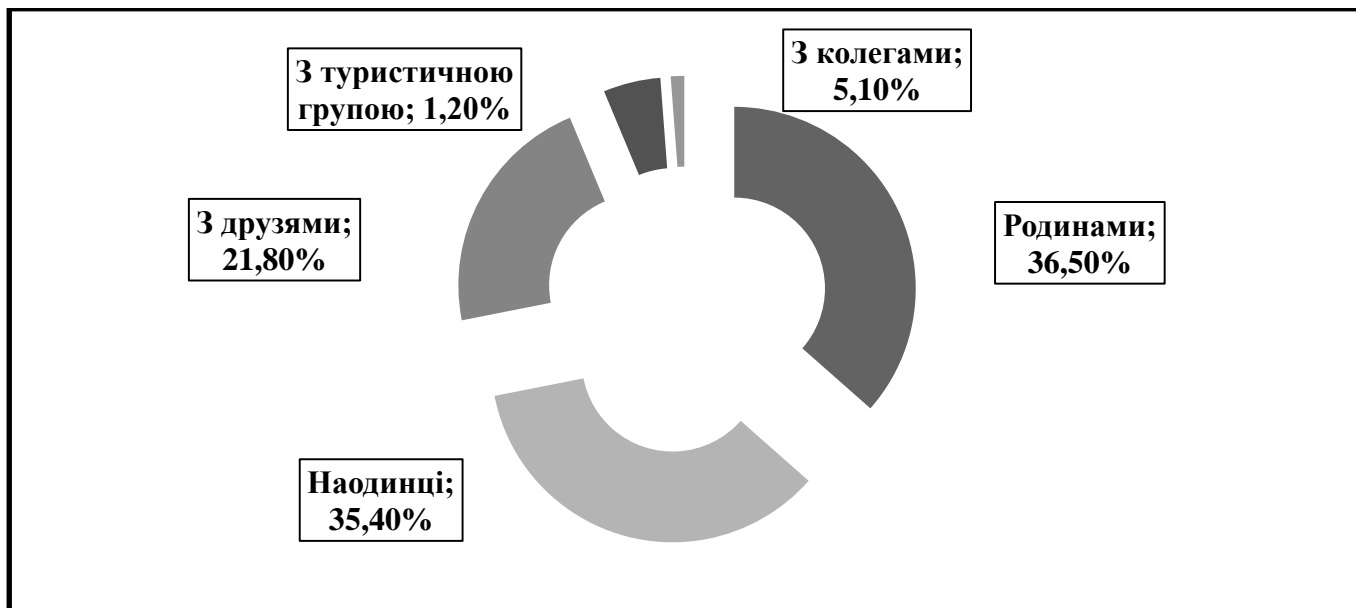


Рис. 3.7. Компанія для подорожі іноземних туристів до України в 2021 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Глобальна пандемія негативно вплинула на туристичну галузь. Через пандемію коронавірусу в 2020 році туристична галузь України недоотримала близько 60 млрд гривень. За 2021 рік до бюджету України надійшли рекордні 244 мільйони гривень туристичного збору. Ця сума на 86,8% перевищує показник 2020

року (130,6 млн грн), а також на 20% вище за суму доковідного 2019 року (196 млн. грн).

Із зазначених 244 млн. грн. 154 мільйони сплачені юридичними особами, ще 90 мільйонів – фізичними особами-підприємцями. Найбільше грошей у вигляді туристичного збору до державного бюджету перерахував Київ. Столиця поповнила бюджет на 68 млн. грн. Друге місце у топ-5 міст/регіонів зі сплати туристичного збору зайняла Одеська область з показником 26,8 млн. грн., третє — Львівська область, заробивши за 2021 рік 23 млн. грн., четверте – Київська, 15,3 млн. грн. [42].

Також, в 2021 році кордон України перетнуло 14,7 млн українських туристів.

Серед найпопулярніших напрямків-мільйонників: Польща – 4,49 млн, Туреччина – 2,05 млн, Угорщина – 1,72 млн, Єгипет – 1,46 млн. Також, найактивніші євронапрямки: Румунія – 825 тис., Словаччина – 343 тис., Німеччина – 267 тис., Греція – 199 тис., Італія – 194 тис. [42].

Загалом до Європейського Союзу напряму з України протягом 2021 року здійснили подорожі 8,83 млн українців. Крім Європи, українці обирали й багато інших напрямків: росія – 918 тис., Молдова – 380 тис., білорусь – 213 тис., ОАЕ – 199 тис., Грузія – 159 тис., Чорногорія – 124 тис.

Згідно з даними міжнародного сервісу пошуку авіаквитків, який офіційно працює у 13 країнах Європи, Азії та Америки, найпопулярнішим напрямком подорожей для українців у 2021 році стала Туреччина. На другому місці – Польща, а на третьому – Грузія. Туреччина, Польща та Грузія в 2021 році входили до трійки найпопулярніших напрямків незалежно від туристичного сезону. Польща стабільно була на другому місці впродовж року, поступившись Грузії лише в сезон літніх відпусток [47].

Розподіл громадян України за країнами, до яких вони виїжджали з туристичною метою демонструє, що географічна структура потоків українських туристів у 2021 році в порівнянні з 2020 роком дещо змінилась. Обсяги відвідувань туристами росії та Молдови зменшились, а Єгипту та Угорщини зросли.

В таблиці 3.2 відображено Топ-10 країн виїзного туризму з України в період 2019-2021рр [42, 47]:

## Топ-10 країн виїзного туризму з України в 2019-2021рр.

Країна	2019	2020	2021	2021/2020
Польща	9885607	3962053	4489042	+13,3%
Туреччина	1469957	965457	2055001	+113%
Угорщина	3369867	1635810	1724080	+5,4%
Єгипет	1540969	729238	1462439	+100%
росія	3945290	1039949	918700	-11,7%
Румунія	1207863	626363	825146	+31,7%
Молдова	1484916	328785	380456	+15,7%
Словаччина	1043260	336456	343178	2+%
Німеччина	702485	222172	267675	+20,5%
білорусь	1253767	496514	213481	-57%

Примітка. Складено автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Також, потрібно відмітити, що у 2020 році потік туристів до Туреччини зріс вдвічі, що пов'язано з тим, що Туреччина та Єгипет, не запроваджували суворих обмежень на туристичні подорожі під час загострення глобальної пандемії COVID-19, тому зважаючи на закриті кордони інших країн, вибору в українських туристів майже не було [42, 47], (рис. 3.8.):

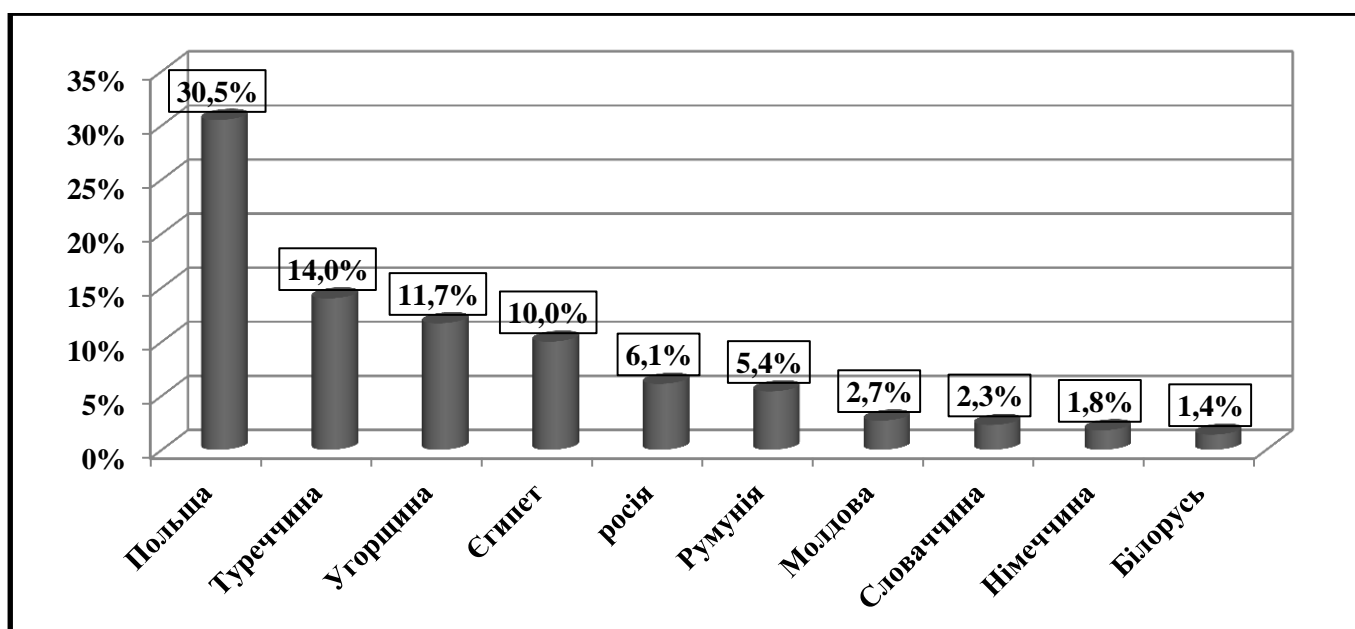


Рис. 3.8. Структура виїзного туристичного потоку з України за країнами походження в 2021 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України.

Туреччина належить до однієї з найулюбленіших туристичних цілей у світі. Більшість іноземних туристів до країни приїздили з росії, в 2021 році у Туреччині відпочили близько 4,7 млн. росіян. На другому місці – Німеччина - близько 3 млн. відпочивальників. На третьому місці - Україна - близько 2 млн. українців. Після розпачатою росією війною в Україні кількість подорожуючих з цих країн істотно скоротилася. Попри всі зусилля, упродовж березня 2022 року до Туреччини приїхало на 50% менше російських туристів, ніж рік тому. В цьому році Туреччина розраховує на прибуття від 1,5-1,7 млн. туристів з росії, що близько третини від 4,7 мільйона, які відпочили в Туреччині торік [52].

Щодо українських туристів, то очікується скорочення - із 2 млн. осіб у 2021 році до 100 тисяч у 2022 році. Так як чоловіки від 18 до 60 років не можуть виїхати за межі країни, це можуть бути переважно жінки з дітьми та літніми людьми, які в'їжджатимуть із країн, до яких вони втекли від війни [47].

Отже, варто зазначити, що у 2019 році ситуація на українському туристичному ринку певною мірою стабілізувалася, а зацікавленість іноземних і вітчизняних туристів активізувалася, що сприятливо впливає на розвиток туристичної індустрії. За даними дослідження в 2020 році відмічається істотне зменшення всіх показників туристичної діяльності, що насамперед пов'язано з глобальною пандемічною кризою. У 2021 році ситуація на туристичному ринку світу, так і України почала стабілізуватись. Кількість туристів України в 2021 року перевищила на 26% показник 2020 року, що свідчить про поступове відновлення туристичної активності в Україні.

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки туристичній галузі можна поліпшити соціально-економічну ситуацію країни. Туристична індустрія підтримує майже 50 суміжних галузей та створює додаткові робочі місця. Один турист забезпечує роботою 10 осіб. Створення одного робочого місця в туризмі обходиться в 20 разів дешевше, аніж у промисловості. Туризм в Україні може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів [42].



Загальновідомо, у багатьох країнах світу іноземний туризм активно працює на скарбницю та імідж держави. Є однією з найважливіших категорій експорту, а нерідко - головним джерелом валютних надходжень. В умовах пандемії ситуація дещо змінилася, але в період відновлення можна скористатися невизначеністю туристів та зацікавити їх нашою країною [42]. В Україні 2020 та 2021 роки були важкими для всіх учасників сфери гостинності. Однак, як не парадоксально, ця криза відкрила перед нами низку нових можливостей, а вітчизняна туристична галузь за цей період зробила колосальний стрибок у своєму розвитку.

Таким чином, 2020 рік поставив туристичну галузь в екстремальні умови та кардинально змінив підхід туристів до вибору країн для відпочинку. Водночас 2021 рік продемонстрував поступове відновлення туристичних потоків, як для України, так і для світу загалом. Відбулося значне переосмислення туристичних маршрутів та підвищення рівня внутрішніх поїздок у всьому світі. Для того, щоб і надалі туристичний бізнес відновлювався і розвивався у кожній державі світу впроваджуються різні заходи.

Наразі важливо повне припинення співпраці міжнародного туристичного бізнесу з росією. Наша мета – перемогти цих нелюдів, а для цього потрібна зброя і економічний тиск. Тому ми постійно звертаємося до туристичного середовища, щоб його учасники робили свій внесок в нашу спільну перемогу.

З кінця лютого до середини квітня 2022 року на території України тривала активна фаза військових дій, що по суті загальмувало розвиток економіки країни і туризму зокрема. Всіляка підтримка України з боку суспільства всього світу дає надію на допомогу у майбутньому для відновлення української економіки, включаючи туризм. Туризм – це один із найпростіших і найшвидших способів залучити іноземні кошти в економіку України. Сьогодні увесь світ захоплюється українським народом. І, говорячи про сміливість і героїзм наших людей, важливо вибудувати залученість іноземців до процесу відбудови і відновлення. Гасло «Stand with Ukraine», яке сьогодні для більшості іноземців звучить як заклик про допомогу в зустрічі біженців, лікуванні хворих, важливо надалі трансформувати у «відвідати та допомогти» для того, щоб країна відновлювалася.

### 3.2. Фактори впливу на розвиток туристичних послуг України

Під впливом пандемії COVID-19 за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) кількість міжнародних подорожей в 2020 році скоротилася на 74% в річному обчисленні або на 1 млрд. туристів. В Україні туристичний ринок упав на 88%. Ця тенденція зберігається і в 2021 році кількість туристів, які приїхали в Україну, зменшилася на 9% і становила трохи більше 3 млн проти 13,7 млн у 2019 році [43].

Щоб усвідомити масштаби катастрофи, варто зазначити, що світова фінансово-економічна криза призвела до зниження міжнародного туристичного трафіку в 2009 році лише на 4% або на 60 млн міжнародних туристів. Водночас через закриті кордони і численні обмеження мандрівники почали значно більше подорожувати власними країнами [42].

Туристичний бізнес в Україні є однією з прибуткових форм торгівлі послугами, розвиток якого впливає на головні сегменти національної економіки, як-от: промисловість, будівництво, транспорт, сільське господарство, побутове обслуговування, малий та середній бізнес. Ефективний розвиток туристичної галузі забезпечить розвиток інфраструктури й сприятиме зайнятості місцевого населення.

Формування та розвиток туристичного бізнесу неможливий без досліджень сучасного стану та перспектив розвитку галузі туризму, а саме зростання економічної привабливості туристичної діяльності України, створення сприятливих умов для ефективного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу на ринку. Тому визначення факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі, та оцінка їх впливу в умовах ринкових трансформацій є досить актуальною.

Фактори, що впливають на стан та розвиток туризму, дослідники класифікують відповідно до масштабу туристичного ринку. За такої класифікації виділяють три їх рівні:

- глобальні, тобто фактори, які діють у міжнародному чи світовому масштабі;
- національні, тобто фактори, які виявляють свій вплив на рівні держави;

– регіональні, тобто фактори, що впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів в межах окремого регіону [19, с. 90].

Важливими питаннями розвитку туристично, го бізнесу є дослідження факторів, які впливають на стан туристичної галузі в країні та її регіонах. У науковій літературі ці фактори поділяються на дві групи, а саме зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які в мають специфічні прояви при веденні туристичного бізнесу (табл. 3.3):

Таблиця 3.3

Зовнішні та внутрішні фактори впливу на розвиток туристичних послуг

<b>Зовнішні фактори</b>	<b>Внутрішні фактори</b>
Політичні є одними з найбільш динамічних та різноаспектних. Стабільна політична обстановка в країні – необхідна умова функціонування туристичної діяльності	Процеси попиту, пропозиції (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму
Економічні – це фінансово-економічні умови, поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації та збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля	Зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо-регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікулярного дозвілля дітей і т.д.
Соціально-демографічні впливають на туристичні послуги, до них належать: підвищення рівня освіти, культури, задоволення естетичних потреб населення. Як елемент естетичних потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах	Зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристичного бізнесу і т.д.)
Науково-технічні дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для надання нових видів туристичних послуг та удосконалення обслуговування клієнтів	Зростання представників туристичного бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні туристичні послуги)
	Зростання ролі працівників у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно-кваліфікованої структури і т.д.)
	Зростання ролі засобів масової інформації та зв'язків із громадськістю у просуванні, рекламі й реалізації туристичних послуг
	Сезонність туристичної діяльності

Примітка. Складено автором за даними Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 90.

**Зовнішні фактори** впливають на туризм, передусім, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови.

**Внутрішні фактори** - це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму, тобто це матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, торгівлі [19, с. 91].

Поєднання внутрішніх та зовнішніх факторів формує кон'юнктуру туристичного ринку та створює середовище для бізнес-діяльності, впливає на формування попиту та пропозиції, які забезпечують діяльність національної індустрії туризму зі створення відповідного туристичного продукту. Формування національного туристичного бізнесу є наслідком складної взаємодії організаційно-економічних процесів, які формують попит та пропозицію на ринку туристичних послуг.

Організаційно-економічні процеси ринку туристичних послуг сприяють покращенню інформаційно-комунікаційного забезпечення між сегментами ринку, подоланню галузевих бар'єрів та інформаційної закритості.

Розвиток ринку туристичних послуг формується під впливом соціально-економічних факторів, до яких відносяться: наявність вільного часу, структура населення, вік, рівень доходів громадян, освіта, рід занять, приналежність до певної раси, стать тощо.

На думку Н. Кудли, успішне функціонування туристичного ринку в цілому неможливе без наявності вільного часу та дозвілля громадян, у разі збільшення якого можна очікувати, що грошові кошти можуть бути направлені на придбання послуг туризму, відпочинок: "Наявність вільного часу є одним з найважливіших факторів. Вільний час, яким володіє суспільство, залежить від внутрішнього законодавства конкретної країни (кількість днів відпустки, кількість робочих годин на тиждень). Інформація про час проведення шкільних канікул, державних і релігійних свят та їх кореляції в даному році з суботами і неділями є важливою для організаторів туризму з урахуванням активізації туристичного попиту" [20, с.90].

Туристичний бізнес є відкритою системою, на розвиток якої впливає безліч факторів, як, от: природні, соціально-економічні, політичні. Для його розвитку, необхідно забезпечити певні умови (рис. 3.9.), [18, с.182]:

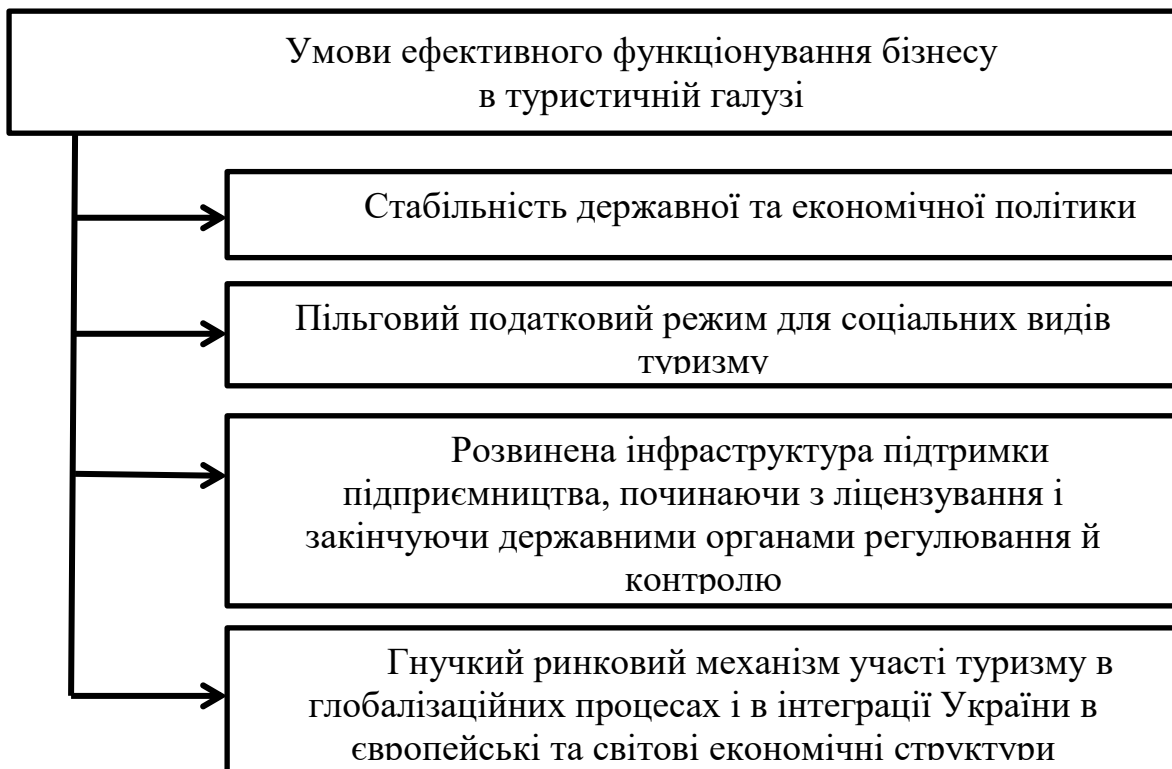


Рис. 3.9. Умови розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Примітка. Побудовано автором за даними Головка Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. Бізнес Інформ. 2020. №2. С. 182.

Успішний розвиток туристичного бізнесу в Україні потребує створення належних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій на туристичному ринку. Серед основних чинників, які впливають на розвиток туристичного бізнесу, є Постанова Кабінету Міністрів України про затвердження Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [7].

Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких:

- забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів,
- імплементація законодавства ЄС у сфері туризму,

- забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури,
- удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму,
- формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму [18, с.182].

Визначаючи туристичний бізнес як один з пріоритетних у галузях національної економіки для його ефективного функціонування необхідно вирішити проблеми, які потребують державного регулювання й підтримки виконавчих органів влади. Серед них є такі:

- налагодження механізмів співпраці органів державної влади з громадськими, науковими та бізнес-структурами;
- підвищення рівня безпеки на туристичних об'єктах і маршрутах, своєчасне надання невідкладної допомоги туристам, які постраждали під час подорожі;
- облаштування інфраструктури та інформаційного забезпечення туристичних об'єктів і маршрутів;
- вдосконалення податкового законодавства, що сприятиме вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекси.

Зараз почалася нова хвиля карантину, у деяких містах запроваджено локдаун повний, або частковий. Заклади ресторанного бізнесу закриваються у великій кількості. А ті, що залишаються, працюють тільки на виніс та на доставку. За минулий рік в Україні зникло біля чотирьох тисяч ресторанів та кафе. Оренду цим закладам практично не відміняють, а держава не діє у цьому напрямі бізнесу.

Тому з'являються нові напрямки і форми готельно-ресторанного бізнесу та туристичної діяльності.

З кінця лютого до середини квітня 2022 року на території України тривала активна фаза військових дій, що по суті загальмувало розвиток економіки країни і туризму зокрема. Всіляка підтримка України з боку суспільства всього світу дає

надію на допомогу у майбутньому для відновлення української економіки, включаючи туризм.

Сьогодні дуже багато міжнародних організацій і держав висловили готовність допомогти у відродженні та промоції українського туризму. Абсолютно всі міністри туризму тих європейських країн, які підтримують Україну, говорили про те, що першою їхньою справою буде їхати до України, які тільки стане безпечно, як тільки ми переможемо і завершиться війна, і запрошувати своїх громадян їхати в Україну, аби подивитися власними очима на ті місця болю, покласти квіти загиблим, підтримати Україну економічно та допомагати в експертній роботі по відновленню туризму.

Також, в Україну, найближчими місяцями планується візит генерального секретаря Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) Зураба Пололікашвілі. Це жест підтримки і розуміння, що туризму в Україні на світовому рівні буде приділено дуже багато уваги. Буде створено експертну групу на рівні ЮНВТО для розробки як мінімум плану відновлення туризму, а як максимум — далі з залученням фінансування тих країн, які готові будуть допомагати, та донорських організацій.

Наразі Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) працює над створенням платформи для працевлаштування працівників туристичної галузі, які виїхали в інші регіони України або взагалі за її межі. Збирає інформацію про заподіяні російськими військами збитки об'єктам туристичної та рекреаційної інфраструктури України для того, щоб після перемоги залучити іноземних інвесторів до відновлення.

З ініціативи президента сьогодні йде мова про меморіалізацію певних місць в Україні, щоб створити своєрідні маршрути пам'яті. Над цим працюють Міністерство інфраструктури України, Міністерство культури та інформаційної політики України, й ДАРТ.

Наразі колеги з Ukraïner поїхали в експедицію збирати історії. Голови громад планують так розбудувувати свої міста і села, щоб залишити неторканими певні зруйновані об'єкти - люди повинні пам'ятати, що тут відбувалося [56].

Коли закінчиться війна і почнеться відновлення, внутрішній туризм матиме економічний спад. Звичайно, з часом він відновиться і дещо зміниться. Багато людей захоче відвідати ті місця, які вже стали символами цієї війни. Якщо досі люди подорожували місцями козацької слави - до Холодного Яру, Черкащини, Хортиці, - то скоро до них додадуться місця нашої нинішньої слави. Тому важливо вже зараз створювати подібні туристичні програми, щоб українці мали розуміння того, що відбулося, і розповідали про боротьбу та перемогу своїм дітям та внукам.

Для в'їзного туризму після війни відкриються великі можливості. Якщо ми почнемо правильно комунікувати, то люди до нас поїдуть через цікавість. На початку актуальними будуть маршрути, пов'язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями. Це те, що стосуватиметься пізнавального туризму - "відвідати та побачити на власні очі". Далі нам потрібно буде показати, що ми ще можемо запропонувати. Та паралельно ми будемо показувати й іншу Україну - гостинну, з неймовірною природою, старовинною культурою та неймовірно смачною їжею. Цей баланс буде збережено.

Після війни туризм зміниться в будь-якому разі. Зміниться підхід до містобудування, необхідно буде враховувати на туристичних об'єктах моменти з укриттями, у музеях мають з'явитись повноцінні плани евакуації цінностей [56].

Зараз інтерес до України у світі просто шалений і ми його обов'язково перетворимо на потужний потік туристів.

За останні 2 роки туристична індустрія, в період пандемії та довгих карантинних заходів, знаходиться як і більшість бізнесу в кризовому стані. Вона втратила велику кількість підприємств, які не змогли вижити на ринку, це становило близько 25%, а ті підприємства, що залишилися повинні пристосуватися до нових умов праці, з дотриманням карантинних вимог та новими потребами споживачів послуг. А також запропонувати нові напрями туристичного бізнесу, які в сучасних умовах забезпечать весь комплекс послуг, з додатковим спектром сервісу та дотриманням умов безпечного відпочинку.

Нині туристичний бізнес існує в умовах пандемії та постійних карантинних заходів, для швидкої адаптації до сучасних умов та для виходу з кризового стану



туристичного бізнесу, запровадити нові напрямки туристичної діяльності та використання існуючих світових трендів для стабілізації ситуації та отримання додаткового прибутку.

Останнім часом у людей дуже зросли нервові напруження та постійний стрес, чим більше карантинних заходів запроваджується в суспільстві, в умовах пандемії, тим більша кількість людей бажає будь-якими доступними засобами відпочити від цих обмежень та депресії, яку визивають всі ці обмеження: у спілкуванні, виходах у світ, закриття кінотеатрів, кафе, магазинів та збереження дистанції для безпечного існування. Тим більше стає затребуваним відпочинок, хоч і в умовах пандемії, тому що окрім трудового відпочинку людям зараз потрібен моральний відпочинок від того, що відбувається останнім часом у світі. Всі ці кризи: економічна, політична, соціальна, організаційна, психологічна та криза коронавірусу, довели багато людей до критичного психологічного стану. Тому туристичний бізнес повинен розвивати нові сучасні напрямки, з різноманітним додатковим спектром послуг, але в умовах безпеки та зі збереженням дистанції.

Підсумовуючи викладене, слід відзначити, що розвиток туристичного бізнесу України залежить від системи факторів. Систематизація та класифікація цих факторів дозволить вивести галузь туризму на новий вектор розвитку, а необхідними організаційними заходами, які сприятимуть стійкому розвитку бізнесу є:

- поглиблений розвиток інфраструктури галузі для комплексного обслуговування всіх категорій туристів;
- організація періодичних тренінгів та семінарів туристичного спрямування для туристичного бізнесу та зацікавлених осіб;
- застосування інновацій у вигляді централізованої комп'ютерної мережі резервування місць розміщення та створення реальної бази про послуги у сфері туризму;
- сформування державної політики в галузі туризму, яка сприятиме його стійкому розвитку.

### 3.3. Пріоритетні напрямки розвитку туристичної індустрії України

Глобальна криза, спричинена пандемією коронавірусу, радикально змінила туристичну галузь у всьому світі, й Україна не є винятком. Кожна країна світу намагається реагувати та підтримати туристичний сектор, впроваджуючи програми підтримки бізнесу та збереження робочих місць [58].

Для раціонального й ефективного використання рекреаційних, природних, туристичних, лікувальних та інших ресурсів України необхідно сформувати рекреаційно-туристичне середовище за допомогою створення та забезпечення функціонування зон розвитку курортів та туризму, розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний рекреаційно-туристичний продукт-послугу [18, с.179].

З метою мінімізації ризиків поширення COVID-19 для компаній, що працюють у сфері вітчизняного туризму (готелі, заклади харчування та туристичні й транспортні підприємства) урядом України було запропоновано наступні рекомендації, що включають:

- навчання та обізнаність;
- запобіжні заходи;
- заходи з очищення та дезінфекції;
- контроль за поширенням захворювань.

Міністерство охорони здоров'я України від 21 травня 2020 року видало рекомендації для підприємств щодо організації протиепідемічних заходів у готелях на період карантину, зокрема:

- проведення температурного скринінгу для всіх працівників;
- облаштування місць для обробки рук з антисептиками на основі спирту;
- дозволяється перебування у вестибюлі закладу не більше однієї людини на 10 квадратних метрів площі;
- допуск відвідувачів та перебування поза номером лише у захисних масках або респіраторах;

- адміністрація забезпечує недопущення черг і скупчення відвідувачів на рецепції, у вестибюлі, в ліфтах, холах тощо;
- дотримання дистанції 1,5 метра та наявність маркувань;
- встановлення захисного екрана між працівником та відвідувачем на рецепції готелю;
- заборона роботи конференц-залів, фітнес та спа-центрів у готелях;
- харчування в ресторанах готелів на літніх майданчиках за умови дотримання відстані не менш як 1,5 метра між столами та розміщення не більше як чотирьох клієнтів за одним столом [37, с.327].

У таблиці 3.4 зведено основні урядові заходи щодо зменшення негативних наслідків пандемії:

Таблиця 3.4

**Основні урядові заходи в Україні щодо зменшення негативних наслідків  
у період пандемії**

<b>Заходи</b>	<b>Реалізація заходів</b>
Нові позики та підтримка ліквідності	4 млрд грн виділено на компенсацію відсотків за взятими позиками для мікро- та малих підприємств, а також розширена програма доступних позик (5–7–9 %); 24 млрд грн для забезпечення позик із державними гарантіями інвестицій; 1,6 млрд грн на підтримку креативних галузей
Відтермінування платежів за вже взятими позиками та заставами	Введення нульової декларації та податку на виведений капітал. Скасування тотальної фіскалізації з повним упровадженням програмного забезпечення РРО
Відтермінування податкових зобов'язань, їх послаблення або скасування	Термін сплати податків на землю, на оренду землі та податку на нерухомість, які мали бути оплачені в квітні 2020 року, подовжено до 30 червня 2020 р., а аналогічні податки за березень 2020 р. скасовано
Підтримка щодо заробітної платні	Тимчасова матеріальна допомога із безробіття для тих, хто втратив роботу внаслідок пандемії COVID-19, у сумі двох третіх від суми зарплати за кожну скорочену робочу годину, але не більше від зафіксованої суми, а саме встановленої мінімальної щомісячної зарплати (тоді 4723 грн або 150 євро); підвищення пенсій і виплат із безробіття

Примітка. Складено автором за даними International Monetary Fund: Відповіді політики на COVID-19 Available at: <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#U>. UNWTO: міжнародний туризм та COVID-19. Available at: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-COVID-19>.

Частка туризму в загальній економіці України є темою поглиблених дискусій і становить, згідно із офіційною статистикою, близько 4–5 % ВВП, що значно нижче від міжнародного середнього показника (10 %). Відтак туризм практично не беруть до уваги, формуючи економічну політику на національному рівні. Однак останні дані від міжнародних організацій (Всесвітньої туристичної організації ООН, (ЮНВТО)) підтверджують власні розрахунки внутрішніх експертів, які визначили цю частку на рівні близько 9 % ВВП України. Це дає підстави вважати цей показник набагато важливішим для української економіки, аніж раніше (табл. 3.5):

Таблиця 3.5

Урядові заходи, здійснені у період пандемії 2019-2020 рр.

в готельно-ресторанній сфері

Показники	2019 р., тис. грн	2020 р., тис. грн	Відхилення за 2020-2019рр.	
			тис. грн	%
Тимчасове розміщення й організація харчування	8511554,1	5149923,4	-3361630,7	-39,49
Тимчасове розміщення	2419969,7	1578239,0	-841730,7	-34,78
Діяльність готелів і подібних закладів тимчасового розміщення	2312624,4	1229928,1	-1082696,3	-46,82
Діяльність засобів розміщення на період відпустки та іншого тимчасового проживання	90451,2	331380,2	240929,0	266,36
Надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів	1383,9	963,2	-420,7	-30,40
Діяльність інших засобів тимчасового розміщення	15510,2	15967,5	457,3	2,95
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	6091584,4	3571684,4	- 2519900,0	-41,37
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	4971546,2	2805102,5	-2166443,7	-43,58
Постачання готових страв	1004351,3	685521,0	-318830,3	-31,74
Обслуговування напоями	115686,9	81060,9	-34626,0	-29,93
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	2173297,9	2247265,7	73967,8	3,40
Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів	1949627,5	–	–	–
Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	223670,4	–	–	–

Примітка. Складено автором за даними Державної служби статистики України.

За даними таблиці 3.4 простежується зменшення обсягу реалізованих послуг у сфері туризму в 2020 році, що є наслідком зменшення кількості туристів на фоні глобальних обмежень на поїздки, зокрема закриття кордонів, припинення авіасполучення тощо, щоб стримати пандемію COVID-19.

В Україні сьогодні спостерігається, значне відставання у темпах упровадження заходів для підтримки туристичного сектору, що спричиняє серйозну загрозу для конкурентоспроможності галузі на глобальному ринку.

Отже, для підтримки і забезпечення підприємств туристичної галузі в умовах карантинних обмежень необхідно розробити і впровадити низку заходів, які б мінімізували ці наслідки. До таких заходів зарахуємо:

1. Формування і впровадження програми підтримання державними і місцевими органами влади туристичної галузі та підприємств сфери послуг зокрема.
2. Дотримання політики відтермінування чи скасування сплати податку на прибуток та ПДВ для підприємств сфери розміщування на час пандемії.
3. Розроблення місцевими органами влади інструкцій для підприємств сфери послуг щодо створення належних умов захисту туристів, відвідувачів у час пандемії.
4. Розроблення державними органами влади разом із Міністерством охорони здоров'я програми щодо підтримання та розвитку внутрішнього туристично-рекреаційного сектору України та зокрема формування рекреаційного комплексу з реабілітації пацієнтів після коронавірусного захворювання.
5. Забезпечення підприємствами сфери послуг туристів, відвідувачів, відпочивальників засобами первинного захисту, дистанцією, індивідуальними засобами захисту.
6. Розроблення підприємствами сфери послуг власних рекомендацій та креативних ідей щодо питань збереження та охорони здоров'я відпочивальників та персоналу, з одного боку, та власними економічними інтересами, з іншого.
7. Розроблення індивідуальних турів з дотриманням усіх правил поведінки на карантині.

8. Створення туристичних кластерів для взаємної підтримки, розроблення спільних заходів для “легкої” реорганізації та адаптації до карантинних умов та посткарантинних обмежень для підприємств сфери послуг.

9. Організування активної маркетингової стратегії щодо рекламування внутрішньої туристично-рекреаційної сфери та підвищення інтересу до туризму з боку населення України.

10. Підтримання та фінансова допомога з боку державних і місцевих органів влади історичним та архітектурним пам'яткам України на період пандемії.

Дотримуючись запропонованих рекомендацій та ставлячись до них відповідально, український туристично-рекреаційний комплекс, використовуючи власні внутрішні резерви, може зайняти достатньо високі позиції на туристичному ринку і поліпшити та зміцнити свої позиції.

Туризм – це сфера економіки із високою прибутковістю, яка робила вагомий внесок у наповнення місцевих бюджетів і зростання річного ВВП у державі загалом. Зауважимо, що туристична галузь тісно переплетена з багатьма різними галузями і негативний вплив карантинних обмежень також позначився на них. Проаналізовані в роботі статистичні дані вказують на те, що ця галузь постраждала через упровадження карантинних заходів, що спонукало туристичні підприємства швидко адаптуватися до нових умов і переорієнтовувати власну діяльність.

Отже, для підтримання туристичної та суміжних галузей економіки протягом поширення пандемії і зменшення її наслідків, насамперед, пропонуємо розвивати внутрішній туристично-рекреаційний ринок, створити умови для формування нового інноваційного реабілітаційного напрямку на основі рекреаційного комплексу, який матиме на меті відновлення фізичного і психо-емоційного стану після коронавірусного захворювання, яке супроводжується важкими побічними наслідками. Цей напрям може стати інноваційним і потребувати державної підтримки.

Одним із важливим документів щодо стабілізації функціонування та перспектив розвитку ринку туристичних послуг в Україні, внаслідок пандемії, є "Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні", яка

розроблена за підтримки Європейського банку реконструкції і розвитку. Основною метою даного документу є знайти способи розкриття туристичного потенціалу країни та мінімізація наслідків COVID-19 (табл. 3.6):

Таблиця 3.6

Перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні  
щодо подолання пандемії

№	Назва етапу	Заходи
1.	Мінімізація наслідків пандемії COVID-19 – антикризовий план дій	<ul style="list-style-type: none"> <li>– впровадження та внутрішнє просування добірки правил роботи для різних об'єктів розміщення та кейтерингу;</li> <li>– субвенції, доступні кредитні лінії, звільнення від податкових і боргових зобов'язань із метою збереження основної частини галузі;</li> <li>– ініціювання визначених у Дорожній карті процесів із реорганізації для туристичної статистики, управління туризмом і нормативно-правової системи, що є найпроблемнішим питанням у туризмі (закони, постанови та збірки правил)</li> </ul>
2.	Реорганізація та формування механізму (2021-2022 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формування конкурентоспроможної на міжнародному ринку системи маркетингу національного туризму, що здатна визначити заходи зі швидкими результатами;</li> <li>– ініціювання довгострокових процесів з укріплення потенціалу.</li> </ul>
3.	Підвищення інформованості (2022-2026 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– покращення міжнародного туристичного іміджу;</li> <li>– просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на продуктах ділового туризму (MICE) і турах вихідного дня;</li> <li>– розробка системи планування та створення передумов для розвитку туристичних продуктів і підвищення капітальних інвестицій.</li> </ul>
4.	Капіталовкладення та розробка продуктів (2027-2030 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– капіталовкладення та інтенсивний розвиток туристичних продуктів;</li> <li>– розбудова головної туристичної та транспортної інфраструктури;</li> <li>– повнофункціональна трирівнева організація туризму (національні-регіональні-місцеві туристичні організації).</li> </ul>

Примітка. Складено автором за даними Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. № 5-6. С. 66.

Задля зменшення негативного впливу карантинних обмежень та стабілізації ринку туристичних послуг запроваджено ряд заходів з боку держави. Так, 16 червня 2020 р. Верховна Рада України підтримала проєкт Закону "Про внесення змін до

деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)" [9]. Вживання заходів щодо подолання пандемії на ринку туристичних послуг України може швидко відновити зростання внутрішнього туризму, що в свою чергу забезпечить додаткові надходження в бюджет та відновлення соціально-економічної стабільності як країни в цілому, так і її регіонів.

Теоретики і практики вітчизняної науки стверджують, що для подолання негативного впливу вітчизняну економіку, зокрема на туристичний сектор пандемії COVID-19 необхідна активізація всіх відповідних процесів та заходів. Тільки системна та послідовна реалізація загальнодержавних антикризових заходів сприятиме швидкій стабілізації розвитку суб'єктів туризму та змоги досягти ними рівня економічної ефективності діяльності.

До моменту закінчення пандемії COVID-19 та відкриття кордонів між країнами в індустрії туризму нагромадиться величезний відкладений попит. Очікується, що першим буде відновлюватись внутрішній туризм. Однак, найімовірніше, купівельна спроможність населення знизиться, тому зросте попит на бюджетні внутрішні тури. Що стосується виїзного туризму, то для його відновлення знадобиться набагато більше часу. У зв'язку з цим суб'єктам туристичної галузі потрібно концентрувати свої зусилля саме в сегменті внутрішніх подорожей, вивчаючи та просуваючи потенційно перспективні напрямки та розробляючи нові пропозиції.

Через страх населення перед великим скупченням людей, вірогідно, туризм буде ставати все більш індивідуальним, зросте популярність екотуризму, що має в Україні великий потенціал. Наслідком такої кризи стане посилена увага туристів до безпеки подорожей та санітарно-епідеміологічного стану в країнах [6].

На основі проведено дослідження, можемо підсумувати, пандемія COVID-19, додала нових викликів туристичній галузі. Вважаємо, в умовах пандемії та в посткарантинний період внутрішній туризм повинен стати пріоритетним напрямком відновлення, тому потребує якнайшвидшого розвитку в Україні, що дозволить



вітчизняним суб'єктам туристичної діяльності збагатити свою туристичну пропозицію та залучити до свого бізнесу різні верстви населення.

У цьому контексті можливо виділити такі стратегічні напрями щодо підняття рівня якості вітчизняних туристичних послуг до європейських стандартів, прискорення розвитку вітчизняного туризму та приваблення більше туристів як внутрішніх, так зовнішніх:

- сконцентруватися на сегменті внутрішнього тематичного туризму, зокрема, сільського зеленого та винного туризму
- розробити нові пропозиції, що орієнтовані на бюджетний та індивідуальний туризм;
- розширити можливості для екологічного туризму;
- підвищити якість обслуговування туристів;
- враховувати санітарно-епідеміологічний стан місць перебувань туристів, якість страхових послуг;
- сприяти цифровій трансформації процесів функціонування та розвитку туристичної галузі [16, с. 33].

Загалом український туризм досі не отримав від уряду послідовного та систематизованого порядку дій щодо впровадження заходів суб'єктами в секторі подорожей і туризму. Разом із всебічною державною підтримкою урядом туристичної галузі потребують доповнень та перегляду окремі положення законодавчого забезпечення. Враховуючи ініціативні програми (що не є оперативними заходами, і їх впровадження буде розпочато лише через деякий час), можна зробити висновок про те, що темпи відновлення туризму в Україні значно відставатимуть від сусідніх країн і країн-членів ЄС.

Перспективними напрямками дій з боку держави є:

- подальше введення пільг та стимулів для підтримки туристичного бізнесу;
- оновлення стандартів сервісу для туристів;
- створення електронного реєстру всіх суб'єктів туристичної діяльності;
- забезпечення прозорого покриття збитків туристів;

- запровадження податкових канікул для готельних закладів, внутрішніх перевезень та культурної індустрії;
- удосконалити туристичну інфраструктуру та транспортні шляхи сполучення;
- врегулювати та вдосконалити нормативно-правову базу у сфері туризму;
- модернізація зв'язку та мережі Інтернет з метою безперебійного якісного зв'язку [27, с. 11-14].

Для досягнення відновлення після пандемії COVID-19 та стабільного розвитку туристичній галузі в майбутньому знадобиться налагодити партнерські зв'язки на всіх рівнях – це надійний підхід, що дозволяє задіяти уряд; забезпечити послідовну координацію по вертикалі між національними та місцевими органами влади; підвищити рівень координації між секторами, що надають підтримку туризму, включаючи повітряний, наземний та морський транспорт, торгівлю, природоохоронну діяльність, культуру, зайнятість та інші партнерські зв'язки між державним та приватним сектором.

Пандемія COVID-19 додала нових викликів туристичній галузі. Внутрішній туризм в умовах пандемії та в посткарантинний період стає пріоритетним та потребує якнайшвидшого розвитку в Україні, що дозволить вітчизняним суб'єктам туристичних послуг збагатити свою туристичну пропозицію та залучити до свого бізнесу різні верстви населення.

Таким чином, ринок туристичних послуг України має всі передумови для ефективного функціонування, щоб привабити туристів і розвивати туристичну галузь, але потрібно виправити деякі проблеми, які гальмують її розвиток. Насамперед це проблеми управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру. Ступінь подолання кризових явищ у туристичній галузі залежить від можливостей національної економіки, а також від стратегічних цілей туристичної політики держави, органів місцевого самоврядування та туристичних організацій. Водночас таку ситуацію на ринку туристичних послуг слід розглядати, як можливість виведення туристичної галузі на якісно новий рівень за рахунок додаткових антикризових заходів з боку уряду.

### **Висновки до розділу 3**

В Україні 2020 та 2021 роки були важкими для всіх учасників ринку туристичних послуг. Однак, як не парадоксально, ця криза відкрила перед нами низку нових можливостей, а вітчизняна туристична галузь за цей період зробила колосальний стрибок у своєму розвитку.

2020 рік поставив туристичну галузь в екстремальні умови та кардинально змінив підхід туристів до вибору країн для відпочинку. Водночас 2021 рік продемонстрував поступове відновлення туристичних потоків, як для України, так і для світу загалом. Відбулося значне переосмислення туристичних маршрутів та підвищення рівня внутрішніх поїздок у всьому світі. Для того, щоб і надалі туристичний бізнес відновлювався і розвивався у кожній державі світу впроваджуються різні заходи.

Для досягнення відновлення після пандемії COVID-19 та стабільного розвитку туристичній галузі в майбутньому знадобиться налагодити партнерські зв'язки на всіх рівнях – це надійний підхід, що дозволяє задіяти уряд; забезпечити послідовну координацію по вертикалі між національними та місцевими органами влади; підвищити рівень координації між секторами, що надають підтримку туризму, включаючи повітряний, наземний та морський транспорт, торгівлю, природоохоронну діяльність, культуру, зайнятість та інші партнерські зв'язки між державним та приватним сектором.

Тільки повна взаємодія усіх елементів туристичної індустрії може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості зростання конкурентоспроможності сфери вітчизняного туризму. В подальшому конкурентоздатними будуть ті оператори туристичного ринку, які раніше за інших зможуть додати своєму туристичному продукту нові споживчі якості і властивості і зуміють зацікавити споживача новаціями.

## ВИСНОВКИ

Під впливом пандемії COVID-19 туристична галузь зазнала великих збитків, оскільки ця пандемія стала найсерйознішим викликом 2020 року і продовжує не лише негативно впливати на туризм, а й загалом поглиблювати економічну, соціальну кризу в усьому світі. COVID-19 і введення суворих протиепідемічних заходів країнами світу прискорили трансформацію світового туризму.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2021 році міжнародні туристичні прибуття зросли на 4%, при цьому витрати відновилися більше, ніж обсяг, але очевидно, що сектор залишається набагато меншим, ніж це було двома роками раніше. Останнє зниження кількості прибуттів та надходжень від міжнародного туризму, знизивши як обсяг, так і вартість до рівнів, яких не було з початку століття.

Щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні напрямки. Поява нових напрямів та використання світових трендів, це ще одна додаткова можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості.

Варто зазначити, що такий чинник, як пандемія COVID-19, здатний паралізувати світовий туристичний ринок на невизначений термін. Відсутність скоординованої реакції країн для забезпечення узгоджених рішень та скоординованих обмежень, а також погіршення економічного середовища експерти також назвали важливими перешкодами для відновлення туристичної сфери.

Основними факторами впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг є: терористична атака 11 вересня 2001 року в США; епідемія SARS-CoV-2; світова економічна криза та пандемія COVID-19, які значно вплинули на зміну кількості туристичних прибуттів та отримання надходжень від туризму в світі. До цих глобальних факторів варто додати війну в Україні.

Отже, туризм, один із найбільш динамічних і трудомістких секторів нашого часу, опинився серед найбільш постраждалих внаслідок нинішньої кризи. На карту поставлено засоби для існування мільйонів людей, і їм необхідно надавати підтримку. У міру того, як країни поступово знімають обмеження на поїздки і туристична діяльність у багатьох частинах земної кулі потроху відновлюється, охорона здоров'я має залишатися пріоритетним завданням.

В Україні 2020 та 2021 роки були важкими для всіх учасників ринку туристичних послуг. Однак, як не парадоксально, ця криза відкрила перед нами низку нових можливостей, а вітчизняна туристична галузь за цей період зробила колосальний стрибок у своєму розвитку.

2020 рік поставив туристичну галузь в екстремальні умови та кардинально змінив підхід туристів до вибору країн для відпочинку. Водночас 2021 рік продемонстрував поступове відновлення туристичних потоків, як для України, так і для світу загалом. Для того, щоб і надалі туристичний бізнес відновлювався і розвивався у кожній державі світу впроваджуються різні заходи.

Для досягнення відновлення після пандемії COVID-19 та стабільного розвитку туристичній галузі в знадобиться налагодити партнерські зв'язки на всіх рівнях – це надійний підхід, що дозволяє задіяти уряд; забезпечити послідовну координацію по вертикалі між національними та місцевими органами влади; підвищити рівень координації між секторами, що надають підтримку туризму, включаючи повітряний, наземний транспорт, торгівлю, культуру, природоохоронну діяльність, зайнятість та інші партнерські зв'язки між державним та приватним сектором.

Тільки повна взаємодія усіх елементів туристичної індустрії може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості зростання конкурентоспроможності сфери вітчизняного туризму. В подальшому конкурентоздатними будуть ті оператори туристичного ринку, які раніше за інших зможуть додати своєму туристичному продукту нові споживчі якості і властивості і зуміють зацікавити споживача новаціями.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" (зі змінами та доповненнями) від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
2. Закон України "Про захист персональних даних" від 01 червня 2010 року № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
3. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 3 липня 2015 р. // ВВР України. – 2015. – №14. - Ст. 96.
4. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 19 грудня 2019 р. // ВВР України. – 2020. - №7, 8, 9. – Ст.48.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України» від 17 листопада 2021 р. №1238.
6. Постанова КМУ «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі» №747 від 19.09.2018.
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» №168-р від 16.03.2017.
8. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» №390-р від 27.06.2003.
9. Аппельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2020. Вип. 43. С. 58–62.
10. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 21–27.

11. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 94–99.
12. Волошин Ю.О. Legal globalization and interstate integration as a leading factor of the formation of state security and sovereignty. Atlantic Press. 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership . – 2018, № 11. – P. 351-358.
13. Волошин Ю.О., Карпачова Н.І., Єпіфанов О.В., Марцеляк О.В. Міжнародно-правові стандарти в сфері охорони культурної спадщини та їх імплементація у національне законодавство держав. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв . –2019. –№ 2. –С. 35-41.
14. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 3. С. 7–12.
15. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
16. Бондаренко Ю. Г., Романюк Е. В. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues. 2021. Vol. 5. No. 1. С. 132-143.
17. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Гвоздь М. Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. Review of Transport Economics and Management. 2020. Вип. 3. С. 33–47.
18. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. Бізнес Інформ. 2020. №2. С. 179–186.
19. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. № 5— 6. С. 63-67.
20. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 88–92.

21. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 52-1. С. 29–34.
22. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 4. С. 18–25.
23. Дехтяр Н. А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. Економічний простір. 2020. № 160. С. 96–102.
24. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОРМ Літуркіна Л. М., 2021. 470 с.
25. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. Бізнес Інформ. 2021. №1. С. 177–184..
26. Луцький М.Г., Марченко В.М., Давиденко В.В., Кам'янецька О.В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Сузір'я, 2007. – 484 с.
27. Машіка Г. В., Горюнова К. А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії COVID-19. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 3. С. 5–11.
28. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 2. С. 21-37.
29. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 226–232.
30. Набок І.І. Проблеми відновлення світової авіаційної галузі внаслідок коронавірусної кризи / І.І.Набок // Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskopa, Y.O.Voloshin – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. – С. 186-192.



31. Побоченко Л.М. Втрати міжнародних авіакомпаній від пандемії COVID-19. Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XII міжнародна науково-практична конференція, 14 травня 2021 року: тези доп. – К., 2021.– С.38-42.
32. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82.
33. Роїк О. Р., Лущик М.В. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків. Економіка та суспільство. 2020. №22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9>.
34. Світлична В.Ю., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Електронний фаховий науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку". Вип. 49. 2020. С. 213—217.
35. Сидоренко К.В. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. Монографія /За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – С. 50-65.
36. Соколова З.С. Порівняльний аналіз цифрової конкурентоспроможності країн Європи та України / З.С.Соколова // I Всеукр. наук.-практ. конф. “Фінансова політика України в умовах європейської інтеграції”, 20 лютого 2020 р., Львів. – Л.: Факультет управління фінансами та бізнесу ЛНУ ім. І. Франка, Кафедра фінансового менеджменту, 2020. – 332 с. – С. 317-320.
37. Чабан О. Р. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в світі під впливом пандемії COVID-19 /О. Чабан // Сучасні міжнародні відносини: Актуальні проблеми теорії і практики – 2021. – 2021. – С. 327-331.
38. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Реукова А.О., Пікуліна О.В. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 49—56.
39. Юрченко Н. І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 450–459.

40. Lesya Pobochenko, Tetiana Gavrillo, Research on transnationalisation of economic activity innovative component influenced by the COVID-19 pandemic // *Baltic Journal of Economic Studies*, Volume 7 Number 5. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2021, P.59-66.
41. M. Vysotska, O. Ovsak. External Economic Effects of Air Transport Development due to the Liberalization. *Communications - Scientific Letters of the University of Žilina*, 2021, №23/3, P.158-173.
42. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>.
43. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.
44. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>.
45. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org>.
46. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.
47. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
48. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>.
49. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua>.
50. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О (2020). Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм // *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Світове господарство і міжнародні економічні відносини, Вип. 3 (26), С. 3–7. DOI <https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-1> Available at: [http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/26\\_2020/3.pdf](http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf).
51. Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії 15.05.2022. URL: <https://tourism.udau.edu.ua>.

52. Війна і туризм: Туреччина без туристів з Росії та України 12.05.2022. URL: <https://www.dw.com/uk/viina-i-turyzm-turechchyna-bez-turystiv-z-rosii-ta-ukrainy/a-61738948>.
53. Гроші або демократія. Як війна в Україні впливає на світовий туризм 13.05.2022. URL: <https://www.rbc.ua>.
54. За 2021 рік ринок туризму в Україні впав на 9%. Чи вдасться його перезавантажити у 2022 році? 14.05.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/26/681795/>.
55. Непочатенко В. О. (2020). Covid-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. Ефективна економіка, № 7. Available at: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8079>.
56. Нова сторінка. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом 12.05.2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html>.
57. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та український реалії 13.05.2022. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19.pdf>.
58. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії 11.05.2022. URL: [210488verstka-134-145\\_0.pdf](210488verstka-134-145_0.pdf).
59. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID-19. 11.05.2022. URL: <213044-Текст статті-484747-1-10-20201022.pdf>.
60. Туристичний барометр України. URL: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-poster-2020.pdf>.
61. Туристична статистика України 2020. URL: [https://www.ntoukraine.org/nsts\\_analytics\\_ua.html](https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html).
62. Український туризм через пандемію втратив близько 60 мільярдів. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. 2021. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/20/novyna/pandemiyu-vtratyv-60-milyardiv>.

63. Частка туризму у світовому ВВП за рік знизилася вдвічі. Інформаційне агентство Interfax-Україна. 24.04.2021. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/739849.html>.
64. April 2020, ILO and ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.
65. Bilanyuk O., Bilous S., Malska M., Mashuk Y. The influence of global processes on the strategic development of festive tourism in Ukraine. Collective monograph /ISMA University (Latvia). Riga: ISMA, 2019. P. 244-253.
66. Chaban O. Problems of tourism business development in Ukraine COVID-19 Pandemic / O. Chaban // Polit. Challenges of science today. – 2021. – С. 158. - <http://fmv.nau.edu.ua/політ-2021/>.
67. COVID-19 and tourism an update. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3\\_en\\_0.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3_en_0.pdf).
68. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.
69. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українській реальії. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12.pdf>.
70. Economic Impact Reports. World Travel & Tourism Council. 2021. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.
71. Global Sustainable Tourism Council, “The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics 2019 by CREST”, 2019. URL: <https://www.gstcouncil.org/caseresponsible-travel-trends-statistics-2019>.
72. ILO Global Summit: COVID 19 and the world of work. July 1-2 & 7-9. 2020. Virtual Meeting. URL: <https://global-summit.ilo.org/>.
73. ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.
74. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Fifth edition. 30.06.2020. URL: [https://www.ilo.org/wcmsp5dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_749399.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf).

75. International Civil Aviation Organisation Air Transport Statistics as of July 2020. URL: <https://www.icao.int/sustainability/Pages/Economic-Impacts-of-COVID-19.aspx>.
76. International Monetary Fund, World Economic Outlook, June 2020 15 UNWTO, "Briefing Note – Tourism and COVID-19. Issue 1. How are countries supporting tourism recovery?". June 2020. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284421893>.
77. International Renewable Energy Agency. Global Renewables Outlook: Energy transformation 2050. 2020. URL: [https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2020/Apr/IRENA\\_Global\\_Renewables\\_Outlook\\_2020.pdf](https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2020/Apr/IRENA_Global_Renewables_Outlook_2020.pdf).
78. Recovery Scenarios 2020 & Economic Impact from COVID-19 Infographics. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19>.
79. Tourism Grows 4% in 2021 but Remains Far Below Pre-Pandemic Levels URL: <https://webunwto.west.amazonaws.com/public/2022-01/-unwto-barometer-en.pdf>.
80. Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. August 2021. URL: <https://www.un.org/en>.
81. Sverige Radio. Kraftigt ökat intresse för vandring. 21 April 2020. URL: <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7457258>
82. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Overview. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/public/2022-01/2201-Barometersmall.pdf>.
83. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Excerpt. URL: [https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO\\_Barom22\\_01\\_January\\_Excerpt.pdf](https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO_Barom22_01_January_Excerpt.pdf).
84. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>.
85. UNWTO Tourism Data Dashboards. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard>.
86. UNWTO Tourism Ambassadors. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-ambassadors>.