

**ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯК НАСЛІДОК COVID-19<sup>1</sup>****Смакоуз А.М.,***студентка кафедри економіки та бізнес-адміністрування,  
Сумський державний університет,  
smakouz.anastasia@gmail.com***Яременко А.Г.,***студентка кафедри економіки та бізнес-адміністрування,  
Сумський державний університет,  
yarm.anast@gmail.com***Ковальов Б.Л.,***к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування**Сумський державний університет,  
b.kovalov@econ.sumdu.edu.ua***Кубатко О.В.,***д.е.н., професор, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування**Сумський державний університет,  
o.kubatko@econ.sumdu.edu.ua*

У статті досліджено зміни та наслідки у сфері туризму під впливом пандемії. На підставі аналізу звіту Всесвітньої туристичної організації UNWTO встановлено, що за перші десять місяців 2020 року кількість міжнародних прибутків впало на 72%, що пов'язано з обмеженнями на поїздки, низьким рівнем довіри споживачів і глобальною боротьбою за стримування вірусу COVID-19. у першому кварталі 2020 року вже спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках. Це означає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і близько 80 мільярдів доларів США надходжень [2, с. 8]. Визначено, що Україна значно відстає у впровадженні заходів підтримки туризму, тому прогнози щодо конкурентоспроможності невтішні. Частка внесків туризму в економіку України за різними оцінками дорівнює близько 7–10%, а пов'язана з туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму та внутрішньої складової виїзного туризму. Проаналізовано результати власного опитування, на основі якого (107 респондентів переважно з м. Суми) визначено: респонденти відносяться до мандрівників-любителів, тому після карантину 50% із них подорожуватиме як і раніше, без особливих змін; люди свідомо та відповідально підходять до норм життя під час пандемії, тому готові взагалі утриматись деякий час від мандрівок заради безпеки життя та здоров'я, або подорожувати із дотриманням усіх заходів безпеки, також обиратимуть відокремлені подорожі; головним фактором при виборі мандрівки залишається її вартість; респонденти зацікавлені у розвитку туризму в Україні та у своїх регіонах, готові підтримати розвиток цієї сфери. Також, проведено аналіз дослідження платформи Booking та виокремлено їх прогнози на тренди туризму у 2021 році. Сформовано шляхи вирішення проблем сфери туризму в Україні, основні з яких: відновлення та належний стан природних ресурсів, історичного та культурного спадку країни; якісно та зацікавлено інформувати про туристичні місця країни, запускати рекламні кампанії; з боку органів влади – надавати фінансову та правову підтримку туристичній індустрії; підтримка внутрішніх авіа- та залізничних сполучень, а також регулювання вартості квитків тощо.

**Ключові слова:** подорожі, COVID-19, трансформації, зміни, майбутнє.

DOI: 10.21272/1817-9215.2021.1-2

**ВСТУП**

Туристична індустрія завжди відігравала велику роль для усіх країн, в тому числі й для України. У XXI столітті люди набагато частіше стали подорожувати, ніж ще століття тому. Нас все більше й більше захоплюють подорожі, цікавить культура та життя в інших країнах та містах. Останні роки з'явилась тенденція на подорожі у нерозрекламовані та ще не популярні куточки світу та своєї держави, тому кожна країна намагається розвивати туристичну сферу, адже, завдяки збільшенню туристичних потоків та доходів від туризму, зростає й економіка країни. За останній рік сталися масштабні зміни у світі під впливом COVID-19, не винятком стала і сфера туризму. Пандемія внесла свої корективи і так як раніше вже не буде.

<sup>1</sup> Робота виконана в рамках НДР «Сталий розвиток та ресурсна безпека: від проривних технологій до цифрової трансформації економіки України» (№ д/р. 0121U100470)

За перші десять місяців 2020 року кількість міжнародних прибутків впала на 72%, що пов'язано з обмеженнями на поїздки, низьким рівнем довіри споживачів і глобальною боротьбою за стримування вірусу COVID-19 - все це стало найгіршим роком в історії туризму. Згідно з останніми даними від Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), напрямки відвідало на 900 мільйонів менше іноземних туристів в період з січня по жовтень в порівнянні з тим же періодом 2019 року. Це призводить до втрати \$ 935 мільярдів доларів США в експортних надходженнях від міжнародного туризму, що більш ніж в 10 разів перевищує збиток в 2009 році під впливом світової економічної кризи [3].

Згідно з отриманими даними, у першому кварталі 2020 року вже спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках. Це означає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і близько 80 мільярдів доларів США надходжень [2, с. 8].

Потенційні глобальні наслідки у 2020 році (порівняно з 2019 роком):

- зменшення кількості прибуттів міжнародних туристів із 850 мільйонів до 1,1 млрд;
- втрата експортних надходжень від туризму на суму від 910 мільярдів до 1,2 трильйона доларів США;
- ризик втрати від 100 до 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму [2, с. 10].

#### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є визначення впливу COVID-19 на сферу туризму та майбутнє подорожей.

#### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Станом на сьогодні Україна значно відстає у впровадженні заходів підтримки туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого відновлення у 2021 році [2 с. 10].

Туризм України має високий потенціал розвитку в таких продуктах, як тури вихідного дня та діловий туризм (MICE), а також в області природних і культурних ресурсів (наприклад, гастротуризм, сільський туризм, медичні заклади/центри оздоровлення), однак через відсутність ефективного управління галуззю, неправильне статистичне охоплення та неконкурентність на міжнародному ринку її розвиток суттєво гальмувався [2, с. 17].

Наразі тривають активні дискусії щодо частки внесків туризму в економіку України; за різними оцінками вона дорівнює близько 7–10%.

Пов'язана з туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму. При цьому в'їзний потік із-за кордону формує трохи більше третью частину усієї економіки національного туризму. Для порівняння: у середньому частка в'їзного туризму в загальній сумі туристичних витрат у країнах ЄС складає 90 %.

Отже туризм робить важливий внесок у національну економіку. Наслідки пандемії COVID-19 мають бути не такими болючими як в інших європейських країнах, оскільки обсяг міжнародної туристичної складової України в загальній економіці туризму є набагато меншим [2, с.18].

Цифрова компанія Booking.com провела дослідження серед більше, ніж 20 тисяч осіб з 28 країн світу, які подорожували по справах або на відпочинок в останні 12 місяців і повинні планувати поїздку в наступні 12 місяців (якщо / одного разу будуть зняті обмеження на поїздки) [5].

Більше половини (62%) мандрівників будуть більш уважно ставитися до цін при пошуку і плануванні своєї наступної поїздки, а 55% з більшою ймовірністю будуть половати за пропозиціями і знижками [5].

Три чверті (74%) мандрівників заявили, що вони хочуть, щоб платформи бронювання подорожей підвищили прозорість політики скасування, процесів повернення і варіантів страхування поїздок [5].

Дві третини (67%) мандрівників вказали, що вони хочуть, щоб їх вибір поїздки, щоб підтримати відновлення напрямків, які вони відвідують, і більше половини (55%) хочуть, щоб їхні витрати були обернені на підтримку місцевого туризму [5].

79% мандрівників говорять, що вони будуть раді прийняти більше запобіжних заходів у зв'язку з коронавірусом при вирушанні у подорожі. Плануючи поїздки, 59% мандрівників будуть уникати певних напрямків, якщо це означає уникати натовпу, а 70% також очікують, що туристичні визначні пам'ятки адаптуються до правил соціального дистанціювання [5].

Дослідження також показують, що понад дві третини мандрівників (69%) захочуть гідно оцінити більш прості враження, такі як проведення часу на природі або з сім'єю під час відпустки [5].

Більше третини (38%) мандрівників мають намір планувати поїздки, щоб відсвяткувати певну подію, яка припала на час карантину, в той час як дві п'ятих (40%) мають намір перебронювати скасовані поїздки [5].

Що стосується місцевих подорожей, 43% планують досліджувати новий напрямок в своєму рідному регіоні / країні, а 46% знайдуть час, щоб оцінити природну красу своєї рідної країни [5].

Booking.com також визначила 9 прогнозів в індустрії туризму на основі 20-річного досвіду у сфері та згаданих вище результатів дослідження [5].

За прогнозами платформи тренди в туризмі будуть наступними:

1. Любов до подорожей все рівно з нами. Під час ізоляції люди все частіше почали мріяти про подорожі, а в 2021 індустрія туризму пропонуватиме нові напрямки та маршрути.

2. Ціна та цінність. Більшість людей по всьому світу відчули фінансовий тягар пандемії, тому співвідношення ціни та якості вкрай важливе. Популярними будуть напрямки зі знижками, спеціальні пропозиції та особлива увага буде приділятися гнучким та вигідним поїздкам. Для туристів це буде можливість зекономити кошти.

3. Внутрішній туризм. Це економія грошей, а також можливість ознайомитись із місцевим історичним, культурним та природним спадком.

4. В пошуках натхнення. Соціальні мережі наповнені фотографіями з поїздок, зроблених до карантину, які викликають ностальгію та спонукають мріяти про подорожі та планувати їх. Люди почнуть надавати більшого значення подорожам та більш ретельно їх плануватимуть.

5. Безпека – в першу чергу. Для безпеки свого життя та здоров'я у сфері туризму далі будуть актуальним запобіжні заходи, дотримання правил безпечного пересування, проживання, відвідування різних місць.

6. Зростання свідомості. Пандемія змусила задуматись про навколишнє середовище, тому екологічний туризм як ніколи буде популярним.

7. Працюйте де завгодно, прощай офіс. Карантин дав нам зрозуміти, що ходити в офіс немає необхідності, працювати можна дистанційно, з будь-якої точки земної кулі, головне – наявність інтернету та ноутбука.

8. Звичайні дрібниці, радість у простоті. Зросте зацікавленість до простого відпочинку на природі, пішохідних прогулянок на свіжому повітрі, відпочинку з сім'єю за містом, а також до подорожей по менш відомим місцям.

9. Спонтанність з опорою на технології. Наша довіра технологіям зростатиме: більш зручні інтерфейси сайтів, швидке бронювання та інші інновації впливатимуть на планування поїздок, вони ставатимуть більш спонтанними та комфортними [4, 5].

Надихнувшись цим масштабним дослідженням, ми вирішили зробити власне та провели опитування серед населення України, по більшій мірі серед жителів м. Суми. Люди, які приймали участь в анкетуванні були щирі за рахунок анонімності, що в свою чергу дає змогу об'єктивно оцінити результати. Переважна вікова категорія – 18-25 років. За отриманими результатами можна зазначити:

- опитане населення відносяться до мандрівників-любителів, тому після карантину 50% із них подорожуватиме як і раніше, без особливих змін;
- люди свідомо та відповідально підходить до норм життя під час пандемії, тому готові взагалі утриматись деякий час від мандрівок заради безпеки життя та здоров'я,

або подорожувати із дотриманням усіх заходів безпеки, також обиратимуть відокремлені подорожі;

- головним фактором при виборі мандрівки залишається її вартість;
- респонденти зацікавлені у розвитку туризму в Україні та у своїх регіонах, готові підтримати розвиток цієї сфери.

На основі даних у звіті консалтингової компанії, яка спеціалізується на гостинності та туризмі, а також на основі результатів власного дослідження можна сформулювати шляхи розвитку сфери туризму в Україні.

Щодо шляхів вирішення проблем туризму, можна визначити наступні кроки:

1. Необхідно відновлювати і підтримувати у привабливому вигляді природні ресурси, історичний та культурний спадок країни;
2. Розвиток суміжних з туризмом галузей економіки регіону, у тому числі у сфері розваг [1];
3. Якісно та зацікавлено інформувати про туристичні місця країни, запускати рекламні кампанії;
4. З боку органів влади – надавати фінансову та правову підтримку туристичній індустрії;
5. Підтримувати внутрішнє авіа- та залізничне сполучення, а також регулювати вартість квитків (запровадження субсидій).
6. Розробити туристичні ваучери та кредитні лінії для внутрішнього туризму — серед можливих моделей введення української туристичної картки на певну суму, що не підлягає оподаткуванню та поширюватиметься керівниками туристичних підприємств серед підлеглих для організації їх відпочинку в Україні [2, с. 20].
7. Подовжити термін скасування виплат ПДВ і податку на прибуток для об'єктів розміщення;
8. Постійно моніторити та брати участь у будь-яких двосторонніх і багатосторонніх угодах, які відносяться до міжнародного туризму на подальші роки.

#### ВИСНОВКИ

На сучасному етапі Україна значно відстає у впровадженні заходів підтримки туризму, тому прогнози щодо конкурентоспроможності невтішні. Пов'язана з туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму.

За результатами проведеного нами опитування люди готові утриматись деякий час від мандрівок заради безпеки життя та здоров'я, або подорожувати із дотриманням усіх заходів безпеки; для більшості опитаних важлива ціна поїздки; респонденти зацікавлені у розвитку туризму в Україні та у своїх регіонах і готові підтримати розвиток цієї сфери.

Для відновлення туризму в Україні запропоновано низку заходів, а саме: відновлення та належний стан природних ресурсів, історичного та культурного спадку країни; якісно та зацікавлено інформувати про туристичні місця країни, запускати рекламні кампанії; з боку органів влади – надавати фінансову та правову підтримку туристичній індустрії; підтримка внутрішніх авіа- та залізничних сполучень, а також регулювання вартості квитків тощо.

#### SUMMARY

**Smakouz A.M., Yaremenko A.H., Kovalov B.L., Kubatko O.V. Transformation of the tourism industry as a consequence of Covid-19**

*The article examines the changes and consequences in the field of tourism under the influence of the pandemic. Based on the analysis of the report of the World Tourism Organization UNWTO, it was found that in the first ten months of 2020, the number of international revenues decrease by 72%, due to travel restrictions, low consumer confidence and the global fight against COVID-19. In the first quarter of 2020, there was already a 22% reduction in travel, and arrivals in March fell to 57% in all markets. That means a loss of 67 million international tourists and about \$ 80 billion in revenue. It is determined that Ukraine lags far behind in the implementation of measures to support tourism, so the forecasts for competitiveness are disappointing. The share of tourism contributions to the economy of Ukraine, according to various estimates, is about 7-10%, and the tourism-related economy in Ukraine depends mainly on domestic tourism and the domestic component of outbound tourism. The results of our own survey were analyzed, on the basis of which (107 respondents mostly from Sumy) it was determined: respondents are amateur travelers, so after quarantine 50% of them will travel as before, without much changes; people consciously*

and responsibly approach the rules of life during a pandemic, so they are ready to refrain from traveling for some time for the sake of safety of life and health, or travel in compliance with all safety measures, or will choose travel on their own; the main factor when choosing a trip is its cost; respondents are interested in the development of tourism in Ukraine and in their regions, ready to support the development of this area. Moreover, an analysis of the Booking platform research was conducted and their forecasts for tourism trends in 2021 were singled out. We formed ways to solve the problems of tourism in Ukraine: the restoration and proper condition of natural resources, historical and cultural heritage of the country; qualitatively and with interest to inform about tourist places of the country, to launch advertising campaigns; by the authorities - to provide financial and legal support to the tourism industry; support of domestic air and rail connections, as well as regulation of ticket prices, etc.

**Keywords:** travel, COVID-19, transformations, changes, future.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Монографія, Львів: Новий Світ-2000, 2012. – 176с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/muzychenko11.htm](https://tourlib.net/books_ukr/muzychenko11.htm)
2. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні: звіт *European Bank for Reconstructing and Development* у співпраці з Hotel & Destination Consulting. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
3. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70% : *The World Tourism Organization (UNWTO)*. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
4. Тенденції туризму 2020–2021: продуманні, безпечні і більш свідомі подорожі: *Hospitality & Tourism Industry*. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/tendencii-turizma-2020-2021/>
5. Future of travel: *Booking*: URL: <https://www.booking.com/articles/category/future-of-travel.html>

#### REFERENCES

1. Muzychenko-Kozlovskaya O.V. Economic assessment of the tourist attractiveness of the territory. Monograph, Lviv: New World-2000, 2012. – 176с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/muzychenko11.htm](https://tourlib.net/books_ukr/muzychenko11.htm)
2. The COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine: *European Bank for Reconstructing and Development* in cooperation with Hotel & Destination Consulting. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
3. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70% : *The World Tourism Organization (UNWTO)*. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
4. Tourism trends 2020-2021: thoughtful, safe and more conscious travel: *Hospitality & Tourism Industry*. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/tendencii-turizma-2020-2021/>
5. Future of travel: *Booking*: URL: <https://www.booking.com/articles/category/future-of-travel.html>

Надійшла до редакції 03 грудня 2020 року