

**УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ: ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19<sup>1</sup>****Люльов Олексій Валентинович,***д.е.н., доцент, кафедра маркетингу, Сумський державний університет  
alex\_lyulev@econ.sumdu.edu.ua***Пімоненко Тетяна Володимирівна,***д.е.н., доцент, кафедра маркетингу, Сумський державний університет  
tetyana\_pimonenko@econ.sumdu.edu.ua***Хаба Анна Петрівна,***Аспірантка кафедри маркетингу, Сумський державний університет  
a.haba@fem.sumdu.edu.ua***Ус Яна Олександрівна,***аспірантка кафедри маркетингу, Сумський державний університет  
y.us@fem.sumdu.edu.ua***Гусейнадзе К. Р. огли,***магістрант кафедри маркетингу, Сумський державний університет*

*Туристична діяльність являється однією із найбільш прибуткових та динамічних галузей економіки. Однак, спалах пандемії COVID-19 та введення карантинних обмежень спричинили масштабні збитки та критичне зниження попиту та пропозиції у туристичному секторі. При цьому спад туристичної діяльності провокує подальшу рецесію в умовах економічного, соціального та політичного напруження. Таким чином, актуальність вирішення даної наукової проблеми полягає в необхідності розробки нової стратегії щодо якісної зміни та удосконалення бізнес-процесів у туристичній галузі для інтенсифікації зусиль у відновленні туристичного сектору України. Основною метою проведеного дослідження є побудова прогнозу розвитку туристичної галузі України під час пандемії COVID-19 на основі даних про переміщення транспортними засобами користувачів Apple продукції в межах України. У дослідженні побудовано прогноз за двома сценаріями розвитку туристичної діяльності, а саме: 1) без введення карантинних обмежень; 2) враховуючи набуття чинності карантинних обмежень на пересування. Методичним інструментарієм проведеного дослідження стала інтегрована модель авторегресії ковзаючого середнього (ARIMA). Об'єктом дослідження обрано запити жителів України у прокладені маршрутів транспортними засобами з 13 січня 2020 року по 09 травня 2020 року. Програмне забезпечення Eviews 11 SV стало інструментарієм для практичної реалізації усіх етапів даного дослідження. За отриманими результатами емпіричного аналізу встановлено, що за умови введених карантинних обмежень, відновлення туристичного сектору матиме незначну позитивну тенденцію. Таким чином, у роботі автори наголосили на необхідності підвищення конкурентоспроможності ринку туризму за рахунок формування нових пропозицій, забезпечення високого рівня гігієни та безпеки, залучення інноваційних методів управління, активного використання сучасних інформаційних технологій, тощо. Результати проведеного дослідження можуть бути основою для проведення подальших досліджень, присвячених побудові стратегії розвитку туристичного сектору України.*

**Ключові слова:** бібліометричний аналіз, економічне зростання, внутрішній автомобільний туризм, пандемія, туризм, COVID-19.

DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-26

**ВСТУП**

Туристична галузь займає суттєву роль в економічному зростанні більшості країн. Однак, індустрія туризму є однією із найбільш постраждалих від спалаху пандемії COVID-19, попит та пропозиція на ринку якої знизилась до критичного рівня. До того, прийняті міри для боротьби із пандемією COVID-19 мають негативний вплив на економічне зростання та значно обмежили пересування населення, як між країнами так і в межах однієї країни. При цьому неефективне управління бізнес-процесами у туристичному секторі провокує подальшу рецесію в умовах економічного, соціального та політичного напруження.

<sup>1</sup> *Фінансування у рамках проекту НФД «Економіко-математичне моделювання та прогнозування впливу COVID-19 на розвиток України у загальнонаціональному та регіональному контекстах: фактори громадського здоров'я та соціо-еколого-економічні детермінанти».*

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Тематика дослідження впливу туризму на розвиток економічного потенціалу є основою значної кількості наукових праць. Більше того, значну увагу до дослідження розвитку туризму приділяють спеціалісти із різних напрямів професійної діяльності, зокрема, маркетингу, менеджменту, культури, медицини, екології, тощо. Таким чином, на фоні зростаючого інтересу до досліджуваної тематики відбувається формування комплексної науки, яка об'єднує різноманітні дослідження в області туризму.

У рамках даної роботи проведено аналіз наукових публікацій, які індексуються базою даних Scopus. Пошук документів проведено за ключовими словами «economic growth» та «tourism» в назвах, ключових словах та анотаціях робіт. При цьому в параметрах пошуку обмежено період публікації до 2000-2020 років. Таким чином, вибірка дослідження становила 1698 публікацій.

Проведений аналіз наукового доробку свідчить про зростаючу тенденцію публікаційної активності в області дослідження взаємозв'язку між економічним розвитком та туризмом. Згідно рисунку 1, у 2019 році кількість наукових публікацій з досліджуваної тематики представлених в базі даних Scopus, зростає більше, ніж в 21 раз. Зокрема, найбільша частка досліджень проводилась науковцями із США (12%), Китаю (11%), Великобританії (7%) та Малайзії (7%). Варто зазначити, що взаємозв'язок між туризмом та економічним розвитком досліджувався у різних предметних областях, зокрема, в області соціальних наук (28%); Бізнес, Менеджмент та Бухгалтерський облік (24,3%), Екології (11%); Економіки, Економетрики та Фінансів (9,7%) та інших.

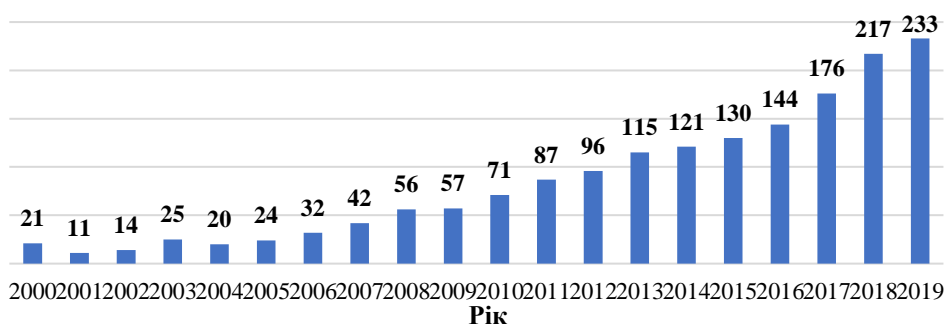


Рисунок 1 – Динаміка розвитку публікаційної активності щодо взаємозв'язку між туризмом та економічним розвитком (2000-2019 роки)

\*Джерело: сформовано автором на основі даних Scopus [11]

Для аналізу тематичної спрямованості наукових досліджень, у рамках даного дослідження проведено бібліометричний аналіз за допомогою інструменту VOSviewer. Варто зазначити, що даний інструмент дозволяє побудувати мережеву карту на основі взаємозв'язку між спільними ключовими словами наукових публікацій. Таким чином, задавши мінімальний критерій 5 спільних ключових слів та виключивши нерелевантні слова, мережева карта сформована на основі 249 термінів.

Зазначимо, що дана карта візуалізує різні варіанти поєднання ключових слів всередині відповідних кластерів та між ними. Кожному кластеру відповідає певний колір. Частота використання ключових слів у наукових публікаціях відображається у вигляді кола. При цьому чим більший діаметр кола, тим вищою є частота появи відповідного терміну. У свою чергу, відстань між колами вказує на щільність зв'язку між ключовими словами.

Згідно рисунку 2, мережева карта складається із 9 кластерів, які об'єднують досліджувані ключові слова за тематичною близькістю. При цьому найбільшим за кількістю ключових слів є червоний кластер (61 термін), який спрямований на

дослідження взаємозв'язку між туризмом та екологічним фактором. Зелений кластер (49 термінів) переважно досліджує економічний ріст та розвиток туризму. Третім за масштабом є синій кластер (48 термінів), тематична спрямованість якого полягає у поєднанні досліджень в області економічного розвитку, туризму та кліматичних змін.

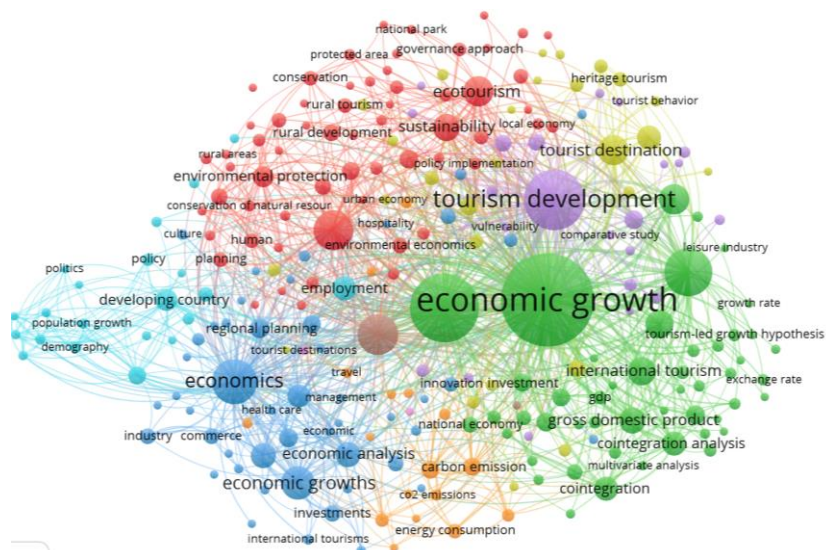


Рисунок 2 – Мережева карта тематичної спрямованості наукових публікацій (2000-2019 роки)

\*Джерело: сформовано автором за допомогою VOSviewer [11]

Систематизація літературних джерел дозволила виділити значну кількість наукових робіт, які мають фундаментальну роль у розвитку туризму. Зокрема, дослідженню економічної сутності туризму присвячено наукові роботи [5, 6, 9]. При цьому впливу туристичної галузі на довгостроковий економічний розвиток проаналізовано у роботі [12]. Варто відмітити, що у роботі [2, 8, 4] автори наголошують на прямо пропорційній залежності між економічним зростанням та туристичним розвитком. У свою чергу, у роботі [1, 3, 7, 14] проведено дослідження довготривалого взаємозв'язку між туризмом, CO<sub>2</sub>, прямим іноземними інвестиціями та економічним зростанням. Зокрема науковці зазначили, що стан туристичної галузі, об'єм прямих іноземних інвестицій та рівень CO<sub>2</sub> позитивно впливають на економічне зростання країни, тоді як туризм та прямі іноземні інвестиції мають значний негативний вплив на рівень CO<sub>2</sub>. Дослідженню стану та перспектив розвитку туристичної галузі України, а також впливу на економічний стан приділено особливу увагу у роботах [15, 16]. Науковці Шуберт С., Бріда Дж. та Ріссо В. у роботі [10] відмічають, що збільшення попиту на туристичні послуги сприяє поступовому покращенню економічної ситуації та налагодженню партнерських відносин між країнами.

#### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Побудувати прогноз розвитку туристичної галузі України під час пандемії COVID-19 на основі даних про переміщення жителів транспортними засобами за двома сценаріями розвитку, а саме: 1) без введення карантинних обмежень з 11.03.2020 року; 2) враховуючи набуття чинності карантинних обмежень на пересування.

#### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Економіка більшості країн тісно пов'язана із розвитком туристичної галузі. При цьому значне скорочення потоку туристів є однією із причин зростання рівня

безробіття та виникнення кризової ситуації у країні. Варто відмітити, що існують декілька сценаріїв економічного впливу на туристичну діяльність, а саме: прямий економічний вплив (полягає у генеруванні прибутку від бізнес діяльності готельно-ресторанної, транспортної сфер, та туристичних організацій); непрямий економічний вплив (вкладення інвестицій у розвиток туристичної галузі); індукований економічний вплив (виникає у випадку витрачання доходу бенефіціарами прямого та непрямого впливів, серед яких власники організацій, працівники тощо.)

Згідно статистичним даним, 2019 рік став драйвером для економічного зростання і підвищення рівня зайнятості. Загалом, на основі прямого, непрямого та індукованого впливів дохід від туристичної галузі становив 10,3% глобального ВВП (8,9 трлн дол. США). У свою чергу, у сфері туризму задіяно 330 млн робочих місць, тобто на 10 робочих місць 1 робоче місце припадає на сферу туризму. До того, світовий об'єм інвестицій, спрямованих на розвиток туристичної галузі, становив 948 млрд дол. США, що становить 4,3% сукупних інвестицій [13].

Однак, починаючи із кінця 2019 року туристична галузь опинилась у надзвичайно скрутному становищі, що є наслідком швидкого розповсюдження вірусу COVID-19 та введення карантинних обмежень на глобальному рівні (Рис. 2.5). Зазначимо, що особливістю сучасної кризи COVID-19 являється її біологічний характер. Так, наразі ще не винайдено дієвої вакцини для ефективної боротьби із вірусом COVID-19. Таким чином, через відсутність ліків, головними методами боротьби із COVID-19 стали масовий карантин та масштабна самоізоляція, свобода переміщення жителів більшості країн – строго обмежена. Так, за даними Світової організації з туризму ООН (WTTC), станом на квітень 2020 року повністю чи частково заборонений в'їзд за 96% напрямками світу. З початку 2020 року усі країни Африки, Азії, Тихоокеанського регіону, а також Близького Сходу ввели обмеження на пересування жителів, пов'язані із розповсюдженням COVID-19. У свою чергу, 93% країн ЄС ввели аналогічні обмеження, тоді як в країнах Північної та Південної Америки – 92%.

Варто відмітити, що виділяють чотири види обмежень для запобігання широкому розповсюдженню пандемії COVID-19, а саме:

- 1) абсолютне чи часткове закриття кордонів для іноземних туристів;
- 2) можливість доступу лише до певного місця призначення;
- 3) абсолютна чи часткова заборона здійснення польотів;
- 4) введення карантину, дотримання самоізоляції, заборона видачі віз, тощо.

У сучасному світі туристична діяльність базується на високому рівні розвитку транспортної та готельно-ресторанної мереж, соціальної сфери, сфери послуг, тощо. Однак, обмеження у пересуванні, пов'язані із введенням масштабного карантину спричинили значні збитки у галузях суміжних туристичній. У таблиці 1 наведена динаміка статистичних даних трафіку сайтів, які пов'язані із туристичною діяльністю. Зазначимо, що дані сайти компаній згруповані за категоріями послуг, які вони надають: пересування авіатранспортом, житло та готелі, подорожі та туризм, пересування наземним транспортом. Таким чином, у категорії «Пересування авіатранспортом» на прикладі проаналізованих компаній спостерігаємо зниження трафіку сайту майже на 72%, тоді як у категорії «Житло та готелі» – на 77,52%, «Подорожі та туризм» – на 51,95%, «Пересування наземним транспортом» – більше, ніж на 66%. Отже, у період пандемії COVID-19 найбільше зниження попиту зазнали компанії, які надають послуги житла.

Рисунок 3.1 демонструє динаміку пересування жителів України під час пандемії COVID-19. Вихідними даними являються запити користувачів продукції Apple в прокладенні маршрутів в межах України за період з 13.01.2020 по 09.05.2020 року. Таким чином, зі вступом в силу карантинних обмежень, кількість пішохідних прогулянок та переміщень на транспортних засобах має різкий спад. При цьому критичний пік переміщень припав на 19.04.2020 року (-64,66% порівняно із січнем 2020 року), після чого спостерігається позитивна тенденція переміщень. Варто

відмітити, що кількість переміщень транспортними засобами залишається стабільно вищою протягом досліджуваного періоду, однак, значно нижчою за базисний рівень.

Таблиця 1 – Динаміка зміни графіку, тис.візитів (з 12.2019 по 04.2020)

| Сфера                            | Ресурс           | 01.2020 | 02.2020 | 03.2020 | 04.2020 | Темп приросту |
|----------------------------------|------------------|---------|---------|---------|---------|---------------|
| Пересування авіатранспортом      | skyscanner.com   | 16,2    | 13,3    | 9,05    | 3,5     | -78,4         |
|                                  | airasia.com      | 17,8    | 16,1    | 15      | 5,1     | -71,35        |
|                                  | ryanair.com      | 45,2    | 38,4    | 35,1    | 14,1    | -68,81        |
|                                  | wizzair.com      | 13,6    | 12      | 10,6    | 4,25    | -68,75        |
| Житло та готелі                  | hotels.com       | 61,6    | 54,2    | 30      | 9,95    | -83,85        |
|                                  | agoda.com        | 65      | 52,6    | 37,5    | 17,5    | -73,08        |
|                                  | airbnb.com       | 90,6    | 81      | 54,8    | 26,3    | -70,97        |
|                                  | booking.com      | 507,5   | 427,5   | 242,5   | 90,5    | -82,17        |
| Подорожі та туризм               | tripadvisor.com  | 165     | 148     | 90      | 54,1    | -67,21        |
|                                  | eastday.com      | 52,9    | 54,2    | 56,9    | 49,8    | -5,86         |
|                                  | expedia.com      | 78,6    | 69,7    | 48      | 16,2    | -79,39        |
|                                  | ctrip.com        | 30,9    | 12,9    | 13      | 13,8    | -55,34        |
| Пересування наземним транспортом | uber.com         | 73      | 66,4    | 58,8    | 43,7    | -40,14        |
|                                  | lyft.com         | 21,6    | 17,1    | 12,6    | 6,4     | -70,37        |
|                                  | thetrainline.com | 27,3    | 26,3    | 14,5    | 4,15    | -84,8         |
|                                  | blablacar.com.ua | 550     | 400     | 370     | 160     | -70,91        |

\* Джерело: сформовано автором на основі [12]

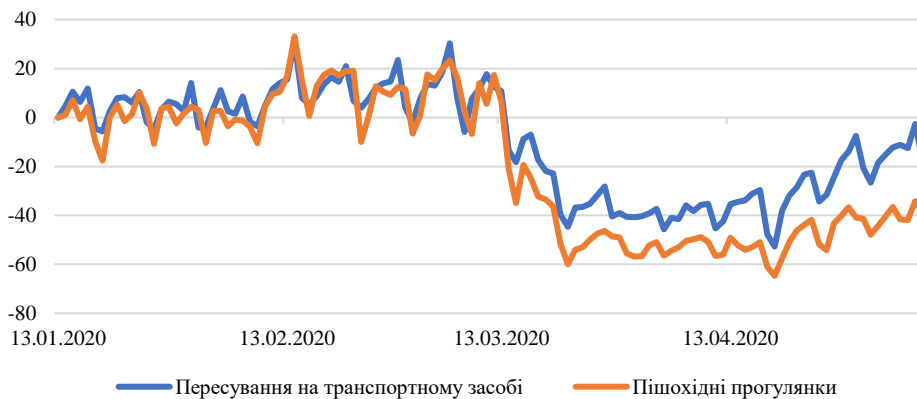


Рисунок 3.1 – Динаміка кількості запитів у прокладенні маршрутів користувачами Apple в Україні (13.01-09.05.2020)

\* Джерело: сформовано автором на основі [13]

У зв'язку із закриттям кордонів та необхідності самоізоляції, саме туристична галузь постраждала найбільше від пандемії. У свою чергу, Світова туристична організація наголошує на необхідності відновлення туризму – послабленню та поступовому зняттю обмежень на переміщення одразу, як тільки це стане безпечно.

Таким чином, на основі моделі ARIMA, яка являється однією з популярних екстраполяційних моделей, у рамках даного підрозділу здійснено прогноз декількох сценаріїв впливу пандемії COVID-19 на переміщення жителів України транспортними засобами:

- 1) без введення карантинних обмежень з 11.03.2020 року;
- 2) враховуючи вступ в силу карантинних обмежень на пересування.

При цьому побудова даної моделі передбачає прогнозування зміни запитів жителів України щодо прокладення маршрутів для переміщення транспортним засобом.

Загалом, побудований прогноз може бути використаний при прийнятті управлінських рішень щодо розробки стратегії виходу із кризової ситуації.

Отже, емпіричне дослідження проведено за допомогою програмного забезпечення EViews на основі щоденних запитів користувачів продукції Apple у прокладанні маршрутів в межах України з 13.01.2020 року по 09.05.2020 року. Динаміка досліджуваного ряду зображена на рис. 3.1.

|   | t-Statistic      | Prob.*        |
|---|------------------|---------------|
| <b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b> | <b>-1.502776</b> | <b>0.5286</b> |
| Test critical values:                         |                  |               |
| 1% level                                      | -3.490772        |               |
| 5% level                                      | -2.887909        |               |
| 10% level                                     | -2.580908        |               |

Рисунок 3.2 – Перевірка вхідного ряду на стаціонарність (Augmented Dickey-Fuller unit root test)

\*Джерело: власні розрахунки

Для перевірки часового ряду на стаціонарність застосовано тест Дікі-Фуллера. Згідно значенням критерію ADF-тесту (рис.3.2) часовий ряд є нестационарним, так як значення t-статистики більше критичних значень.

|   | t-Statistic      | Prob.*        |
|---|------------------|---------------|
| <b>Augmented Dickey-Fuller test statistic</b> | <b>-17.86760</b> | <b>0.0000</b> |
| Test critical values:                         |                  |               |
| 1% level                                      | -3.490772        |               |
| 5% level                                      | -2.887909        |               |
| 10% level                                     | -2.580908        |               |

Рисунок 3.3 – Перші різниці прологарифмованого часового ряду (Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test)

Таким чином, так як динаміка запитів виявилась нестабільною, то побудова моделі їх прогнозу може бути неточною. У зв'язку з цим досліджуваний часовий ряд приведений до стаціонарного виду за допомогою перших різниць логарифму часового ряду (Рис. 3.3). Отже, ряд є стаціонарним та може бути використаний для побудови прогнозу моделі ARIMA.

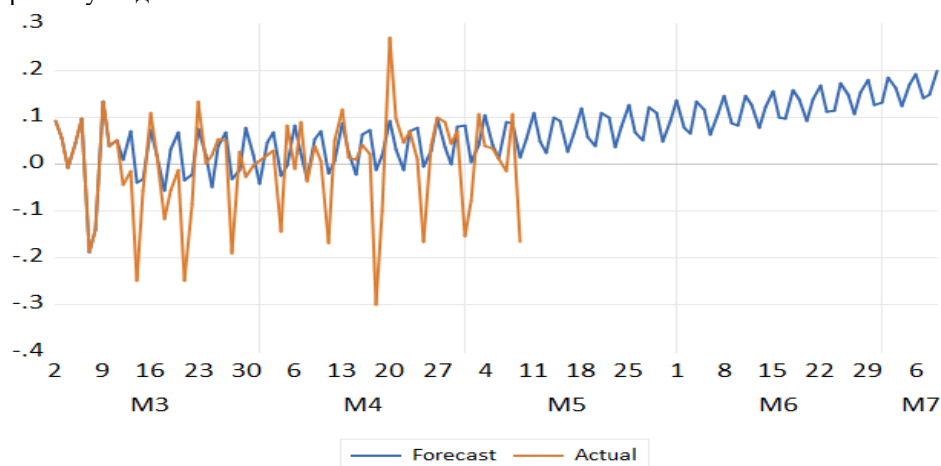


Рисунок 3.4 – Прогноз динаміки запитів за умови відсутності карантинних обмежень з 11.03.2020 року

Для першого сценарію розвитку, проаналізуємо динаміку запитів у випадку, коли жителі України не були б обмежені карантинними заходами з 12.03.2020 року та продовжували звичний спосіб життя. При цьому дані для дослідження обрані з 13.01. по 11.03.2020 року.

У свою чергу, на рисунку 3.4 побудований прогноз динаміки запитів жителів України у прокладенні маршрутів для переміщень транспортними засобами до 11.05.2020 року за даними з 13.01.2020 року по 11.03.2020 року, тоді як на рис. 3.5 – до 11.07.2020 року на основі даних з 13.01.2020 року по 11.05.2020 року.

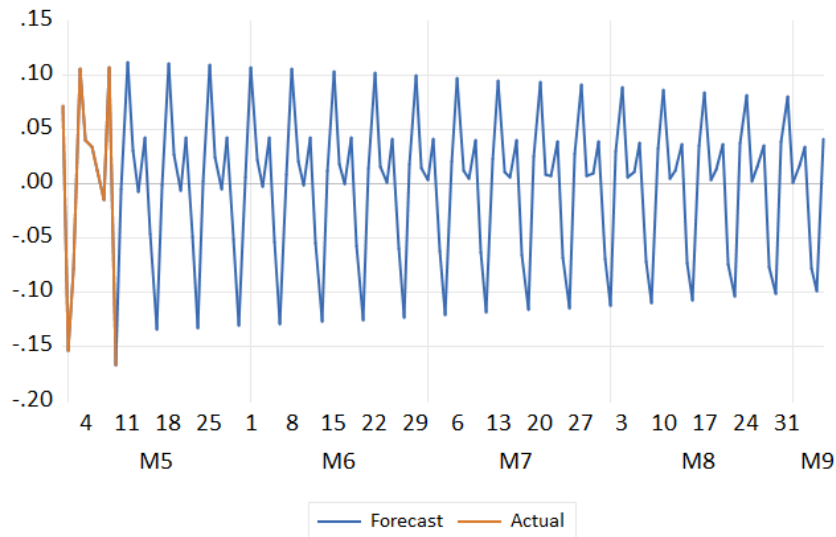


Рисунок 3.5 – Прогноз динаміки запитів за умови карантинних обмежень на пересування

Таким чином, отримані результати прогнозу свідчать про те, що прийняті карантинні міри мають значний вплив на пересування жителів у межах України. При цьому у першому випадку, якщо карантинні заходи не було впроваджено із 12.03.2020 року та населення продовжувало звичний спосіб життя, то тенденція пересування мала б стрімке зростання та не мала значного впливу на туристичну діяльність. Однак, другий сценарій розвитку, за умови впроваджених карантинних обмежень із 09.05.2020 року свідчить про те, що динаміка пересування населення матиме незначну позитивну динаміку.

#### ВИСНОВКИ

Теоретичні та практичні результати дослідження свідчать про те, що прийняті карантинні міри мають значний негативний вплив на сектор туризму. Тому важливим є відновлення туристичної активності, що дозволить працівникам повернутись на їх робочі, забезпечить потік грошових надходжень та сприятиме розвитку як туристичної галузі, так і економіки в цілому. Таким чином, на фоні боротьби із пандемією COVID-19 стратегічно важливо сформувати надійний імідж України та підвищити конкурентоспроможність ринку туризму, формуючи нові пропозиції, забезпечуючи високий рівень гігієни та безпеки, залучаючи інноваційні методи управління та активне використання сучасних інформацій технологій, що дозволить забезпечити високу якість та доступну ціну туристичних послуг в Україні.



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Abaas, M.S.M., Chygryn, O., Kubatko, O., Pimonenko, T. Social and economic drivers of national economic development: The case of OPEC countries. *Problems and Perspectives in Management*, 16(4), 155-168. doi: 10.21511/ppm.16(4).2018.14
2. Bilan, Y., Pimonenko, T., Starchenko, L. (2020). Sustainable business models for innovation and success: Bibliometric analysis. E3S Web of Conferences, 159,04037. doi: 10.1051/e3sconf/202015904037
3. Chigrin, O., Pimonenko, T. (2014). The ways of corporate sector firms financing for sustainability of performance. *International Journal of Ecology and Development*, 29(3), 1-13
4. Chygryn, O., Pimonenko, T., Luylyov, O., & Goncharova, A. (2018). Green bonds like the incentive instrument for cleaner production at the government and corporate levels: Experience from EU to Ukraine. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 9(7), 1443-1456. doi:10.14505/jemt.v9.7(31).09
5. Kmeco, L., Mezulanik, J., Kascakova, A. & Civelek, M. (2019). Factors of Demand for Cultural Events in Tourism: the Case of the Czech Republic. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 118-128. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.4-10>
6. Krajcik, V., Kljucnikov, A., & Rihova, E. (2019). Innovative Sharing Economy's Business Models in Tourism: Case of Airbnb in Prague. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 108-117. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.2-10>
7. Melnyk, L., Sineviciene, L., Lyulyov, O., Pimonenko, T., & Dehtyarova, I. (2018). Fiscal decentralization and macroeconomic stability: The experience of Ukraine's economy. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 105-114. doi:10.21511/ppm.16(1).2018.10
8. Panchenko, V., Harust, Yu., Us, Ya., Korobets, O., & Pavlyk, V. (2020). Energy-Efficient Innovations: Marketing, Management and Law Supporting. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 256-264. <http://doi.org/10.21272/mmi.2020.1-21>
9. Pimonenko, T., Lyulyov, O., & Us, Y. (2019). Green development of small and medium enterprises of Ukraine: the eu experience. In *Competitivitatea și Inovarea în Economia Cunoașterii* (Vol. 1, pp. 69-78).
10. Schubert, S. F., Brida, J. G., & Risso, W. A. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management*, 32(2), 377-385. doi:10.1016/j.tourman.2010.03.007
11. Scopus, (2020). Режим доступу: <https://www.scopus.com> (дата звернення 25.05.2020)
12. Tovmasyan, G. (2019). Assessment of Tourist Satisfaction Index: Evidence from Armenia. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 22-32. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.3-02>
13. Travel and Tourism Competitiveness Report. (2019). World Economic Forum. – Access: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=UKR>
14. Yevdokimov, Y., Chygryn, O., Pimonenko, T., & Lyulyov, O. (2018). "Biogas as an alternative energy resource for ukrainian companies: EU experience". *Innovative Marketing*, 14(2), 7-15. doi:10.21511/im.14(2).2018.01
15. Люльов, О. В. (2017). Використання маркетингового підходу до формування іміджу країни з огляду на її макроекономічну стабільність. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка, 1, 65-74. doi: 10.21272/1817-9215.2017.1-10
16. Мазаракі, А., & Мельниченко, С. (2015). Туризм в Україні: виклики кризи. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, (2), 5-15.
17. Онлайн-сервіс Similarweb.com – Режим доступу: <https://www.similarweb.com/> (дата звернення 09.05.2020)
18. Офіційний сайт компанії Apple (2020). Отчет по данным о количестве передвижений. Режим доступу: [https://www.apple.com/covid19/mobility?fbclid=IwAR3C4LuSRdfPAEZmBlHj7K6xky\\_IegL2zRd5WgYtwSKnOg9HBOHS133yTA](https://www.apple.com/covid19/mobility?fbclid=IwAR3C4LuSRdfPAEZmBlHj7K6xky_IegL2zRd5WgYtwSKnOg9HBOHS133yTA)

### **Lyulyov A.V. Pimonenko T.V. Khaba A.P., Us Ya.O., Huseynadze K. R. ogli. Business process management in tourism: the impact of the COVID-19 pandemic**

*Tourism is considered to be one of the most profitable and dynamic sectors of the economy. However, the outbreak of the COVID-19 pandemic and the following quarantine restrictions have caused substantial losses and a critical decline in supply and demand in the tourism sector. Furthermore, the mentioned above provokes a further recession in conditions of economic, social and political tension. Therefore, the urgency of solving this scientific problem lies in need to develop a new strategy for qualitative change and improvement of business processes in the tourism industry. Consequently, it will allow intensifying the efforts to restore the tourism sector of Ukraine. The primary purpose of the study is conducting the forecast of the tourism industry development in Ukraine during the pandemic COVID-19. There were two scenarios considered to build the forecast of tourism activity: 1) without the quarantine restrictions; 2) taking into account the quarantine restrictions on movement. The integrated model of moving average autoregression (ARIMA) became a methodological tool of the conducted research. The object of the study was the Ukraine resident's requests on the traffic routes from January 13, 2020, to May 09, 2020. Eviews 11 SV software has become a tool for the practical implementation of all stages of this study. According to the results of empirical analysis, the recovery of the tourism sector will have a slightly positive trend in case of the quarantine restrictions. Thus, the authors emphasized the need to increase the tourism market competitiveness through the introducing the new proposals, ensuring a high level of hygiene and safety, attracting innovative management methods, active using the modern information technology, etc. The study results are considered to be the basis for further research on building a strategy for tourism recovery in Ukraine.*

**Keywords:** economic growth, tourism, bibliometric analysis, internal automobile tourism, pandemic, tourism, COVID-19.