



УДК 338.48

**REALITIES OF TOURIST BUSINESS IN A PANDEMIC CONDITION
РЕАЛІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ****Marusei T.V. / Марусей Т.В.***PhD in Economic, Associate Professor / к.е.н., доц.*

ORCID: 0000-0002-1018-702X

Belinska K. / Белінська К.О.*c.t.s. / к.т.н.**Kamianets-Podilskyi Ivan Ogiienko national university,**Kamianets-Podilskyi, Ogiienko, 61, 32301**Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенка,**Каменец-Подольский, Огиенка, 61, 32301*

Анотація. В статті розглядається питання сучасних аспектів функціонування туристичної сфери країни. Визначаються існуючі проблеми розвитку підприємств туристичної сфери, обумовлені негативним впливом розгортання карантинних обмежень. Визначено напрями подолання кризових явищ для підприємств туристичної сфери та досягнення ними сталого функціонування. Сформовано основні заходи стабілізації туристичної сфери та мінімізації збитків внаслідок пандемії. Виокремлено етапи розвитку туризму в Україні щодо подолання пандемії, що дозволить швидко відродити зростання туризму, забезпечить додаткові надходження в бюджет та відновлення соціально-економічної стабільності як країни загалом.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, розвиток туристичної сфери, пандемія, цифровізація, коронавірус.

Вступ

Туристичний бізнес – одна з найбільш постраждалих галузей у період пандемії коронавірусу. В цих умовах його розвиток опинився під серйозною загрозою, у зв'язку з чим вийти з кризової ситуації можна тільки з новими пропозиціями, новими програмами та підходами до організації туристичної діяльності. Негативні наслідки відчули на собі всі представники туристичної індустрії, проте туристична галузь орієнтована на своє активне відновлення. Будь-яка криза веде не лише до негативних наслідків, а й до пошуку нових можливостей для розвитку галузі, в тому числі прискорення процесів цифровізації туристських сервісів. Вочевидь, що після пандемії неминуче зміниться світосприйняття і психологія споживання, що означатиме новий етап конкуренції у туризмі, який призведе до абсолютно нового розподілу ресурсів цього ринку. У зв'язку з цим актуальною проблемою є визначення пріоритетних напрямів розвитку туризму в умовах ризику та невизначеності, які можуть позитивно вплинути на економічне зростання нашої держави як загалом, так і на економічний розвиток окремо взятих регіонів.

Основний текст

Криза через пандемію стала найсильнішою в сфері туризму за всю історію. Світовий туризм зможе повернутися до докоронавірусного рівня не раніше, ніж через два роки. Такий прогноз оприлюднили на сайті Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) при ООН. За даними організації, втрати сфери туризму в 2020 році склали 1,3 трлн доларів. Кількість міжнародних поїздок знизилася на



74%. Число туристів, які подорожують в інші країни, знизилося в минулому році на 1 млрд. в порівнянні з показником 2019 року. Поступова вакцинація від коронавірусу допоможе відновити довіру туристів, сприятиме пом'якшенню обмежень на поїздки і поступово поверне подорожі протягом 2021 року. Український туризм через пандемію втратив в 2020 році близько 60 мільярдів гривень, а міжнародний за даними на грудень – понад 900 млрд. доларів.

Відновлення туристичної галузі, яка постраждала від пандемії коронавірусу, в Україні відбувається значно швидше, ніж прогнозували експерти. Надходження від туристичного збору за перше півріччя 2021 року склали 69,5 млн. грн., що значно більше за аналогічні показники минулих років. незважаючи на пандемію, карантин та інші негативні чинники, внутрішній туризм в Україні демонструє позитивні тенденції. Експерти прогнозували відновлення галузі в 2023-2025 рр., однак в Україні цей процес проходить інтенсивніше. Про що свідчать узагальнені дані Держтуризму про надходження від туристичного збору. За I півріччя 2021 вони склали 69,5 млн. грн., (за аналогічний період минулого року – 68,6 млн. грн., 2019 року – 57,9 млн. грн.). Також надходження від туристичного збору за перші 8 місяців 2021 року в порівнянні з аналогічним періодом минулого року зросли у багатьох туристичних регіонах: на Херсонщині – приблизно на 20%, на Івано-Франківщині – на 22%, на Закарпатті – на 36%, в Запоріжжі – на 40%[4].

Позитивні тенденції спостерігаються також у в'їзному туризмі. Зокрема, відзначається зростання туристичного потоку з країн Близького Сходу в 10 разів. У той же час, туроператори констатували суттєве зниження попиту на організовані групові тури по Україні та туристичні пакети на відпочинок як на українських морських курортах так і в Карпатах. Пандемія змінила традиційний туристичний бізнес. Для того, щоб Україна отримала переваги на світовому туристичному ринку необхідний цілий комплекс дій: організація промо-турів, відновлення і розвиток авіасполучення, поліпшення інфраструктури всередині країни. Існує проблема неоднорідного освітлення та подання туристичних визначних пам'яток різних регіонів країни. Таким чином, туристичний бізнес був змушений функціонувати протягом усього карантину, до того ж у посиленому режимі: обробляти запити турагентів, розв'язувати проблеми туристів, яким не вдалося відлетіти, домовлятися з країнами-партнерами і готелями про найбільш лояльні умови перенесення турів тощо. Проте невизначеність термінів закінчення карантину спровокувала відмову клієнтів переносити їхні оплачені тури на інші дати, і зараз вони частіше вимагають від компаній повернення коштів.

Але в період адаптивного карантину туристичний бізнес почав відновлюватись. Науковці прогнозували, що наслідки пандемії для туризму нашої держави мають бути не такими болючими як в інших європейських країнах, оскільки обсяг міжнародної туристичної складової України в загальній економіці туризму є набагато меншим. Переорієнтації туристів на внутрішній ринок мала сприяти відновленню туристичного сектору країни.

Для України основними заходами стабілізації туристичної сфери та мінімізації збитків на внаслідок пандемії, можуть виступати [6]: продовження



політики скасування зобов'язань із сплати податку на прибуток та ПДВ для об'єктів розміщення, кейтерингу; державна підтримка та стимулювання внутрішнього залізничного та авіасполучення (державні дотації відносно вартості квитків); поступове введення дозволу на організацію відкритих терас, майданчиків для закладів кафе, ресторанів (при збереженні всіх необхідних заходів безпеки для охорони здоров'я); активізація заходів цифрової трансформації вітчизняної сфери туризму; розробка туристичних ваучерів для внутрішнього туризму (як варіант запровадження туристичної картки на визначену суму, яка звільняється від оподаткування); запровадження прозорого механізму використання отриманих до місцевих бюджетів коштів від туристичного збору виключно на розвиток внутрішнього туризму, супутньої інфраструктури; посилення кадрової та технічної можливості медичних закладів та надання медичної допомоги на територіях із значним сезонним припливом туристичних потоків; проведення активної інформаційної кампанії задля підвищення інтересу до внутрішнього туризму, відпочинку на вітчизняних природно-рекреаційних дестинаціях.

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. 1).

Міжнародні організації та уряди країн, зокрема України вживають термінових заходів з підтримки туристичної сфери через підтримку ліквідності, фіскальні заходи (від прямої фінансової допомоги до прощення кредитування), спрощення правил державної допомоги, нові вказівки щодо прав пасажирів та застосування директив про туристичні подорожі, створення програм та проєктів підтримки галузі, запровадження комунікаційних платформ, опитувань, сприяння працевлаштуванню та навчанню в сфері туризму тощо. Більшість урядів країн знаходиться в тісному контакті з представниками туристичної індустрії і допомагають їм подолати труднощі, які виникли під час пандемії COVID-19. Так, уряди країн запровадили бюджетне стимулювання туристичної галузі, власники туристичних фірм отримали можливість обговорення умов надання позик незалежно від розміру їх бізнесу та сплата більшості податків відтерміновано. Не менш важливим є те, що деяких країнах передбачаються компенсації для працівників компаній туристичної галузі, що визнані найбільш постраждалими від COVID-19[3].

Сьогоднішня ситуація з кризою COVID-19 виявила структурні недоліки в туристичному бізнесі (фрагментований сектор, що здебільшого представлений малим і середнім бізнесом, що надмірно залежить від сезонності), а також слабку готовність урядів та бізнесу оперативно реагувати на нові виклики й зміни. Проте вона також відкрила нові можливості, які здійснюються завдяки інтенсивній діджиталізації. Цифровізація туристичного сектора почалася задовго до пандемії. Сучасні технології трансформували як бізнес, так і його підходи до клієнтів. Наразі планування подорожі займає декілька хвилин:



бронювання літака, ознайомлення з відгуками про будь-який туристичний об'єкт (готель, ресторан тощо), знаходження та оренда житла у будь-якому куточку світу. Ще одним напрямом цифровізації туризму, який набув популярності під час карантинних обмежень, стали віртуальні екскурсії по містах і музеях світу, саме можливість подорожувати онлайн допомагає людям відкривати світ, побачити місця, де ще не бували, одержувати знання, знайомитися з жителями та традиціями різних країн.

Таблиця 1 - Етапи розвитку туризму в Україні щодо подолання пандемії

Назва етапу	Заходи
Мінімізація наслідків пандемії COVID-19 – антикризовий план дій	<ul style="list-style-type: none"> – впровадження та внутрішнє просування добірки правил роботи для різних об'єктів розміщення та кейтерингу; – субвенції, доступні кредитні лінії, звільнення від податкових і боргових зобов'язань із метою збереження основної частини галузі; – 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)
Реорганізація та формування механізму (2021-2022 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> – формування конкурентоспроможної на міжнародному ринку системи маркетингу національного туризму, що здатна визначити заходи зі швидкими результатами; – ініціювання довгострокових процесів з укріплення потенціалу
Підвищення інформованості (2022-2026 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> – покращення міжнародного туристичного іміджу; – просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на продуктах ділового туризму (MICE) і турах вихідного дня; – розробка системи планування та створення передумов для розвитку туристичних продуктів і підвищення капітальних інвестицій
Капіталовкладення та розробка продуктів (2027-2030 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> – капіталовкладення та інтенсивний розвиток туристичних продуктів; – розбудова головної туристичної та транспортної інфраструктури; – повнофункціональна трирівнева організація туризму (національні-регіональні-місцеві туристичні організації)

Джерело: [2]

Заклучна частина і висновки.

Отже, український туристичний ринок знаходиться вкрай нестійкому становищі: відсутність державної підтримки, катастрофічне падіння обсягів



продажу, невизначеність часу відновлення галузі, серйозне фінансове навантаження та реальні загрози банкрутства значної частини туристичних підприємств свідчать про тяжке становище туристичного ринку. Пандемія коронавірусу й запроваджені з боку багатьох країн суворі протиепідемічні заходи прискорили трансформацію світового туризму. Так, галузь втратила і надалі продовжує втрачати кошти та робочі місця, але завдяки новим цифровим можливостям та підтримці держави туристичний ринок залишається на плаву.

Література:

1. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українські реалії. URL: <http://federation.org.ua/podiiitafakti/covid-19-ta-sotsialnii-dialog-v-turistichnii-galuzi-praktika-es-ta-ukrainski-realii.htm>
2. 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. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.5-6.63
3. Жаліло Я. А., Ковалівська С. В., Филипченко А. О., Химинець В. В., Головка А. А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>
4. Криза у світовому туризмі відступить не раніше 2023 року – ООН. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/28/novyna/suspilstvo/kryza-svitovomu-turyzmi-vidstupyt-ne-ranishe-2023-roku-onn>
5. 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. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-177-184>
6. Світлична В.Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень Комунальне господарство міст. 2020. Том . Випуск 158. DOI 10.33042/2522-1809-2020-5-158-24-31
7. Zruchno.Travel. URL: <https://zruchno.travel/News/New/5972?lang=ua>

***Abstract.** The article considers the issues of modern aspects of the functioning of the tourist sphere of the country. The existing problems of development of the enterprises of the tourist sphere caused by negative influence of development of quarantine restrictions are defined. The directions of overcoming the crisis phenomena for the enterprises of the tourist sphere and their achievement of sustainable functioning are determined. The main measures to stabilize the tourism sector and minimize losses due to the pandemic have been formed. The stages of tourism development in Ukraine to overcome the pandemic, which will quickly restore the growth of tourism, provide additional budget revenues and restore socio-economic stability as a country as a whole.*

***Key words:** tourism, tourism business, tourism development, pandemic, digitization, crown virus.*

Стаття відправлена: 19.01.2022 р.

© Марусей Т.В.

© Белінська К.О.