

## ***Розділ 7. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність***

УДК 338.1.631

DOI: 10.31732/2663-2209-2021-62-115-124

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОСНОВНИХ ВИДІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

***Малярчук Н.М.***

*викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань, Україна, e-mail: natashamalyarchuk2612@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5284-1376>*

### **MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MAJOR TYPES OF TOURIST BUSINESS**

***Maliarchuk Nataliia***

*lecturer of the department of marketing, management and business management, Uman State Pedagogical University named after Pavlo Tychyna, Uman, Ukraine, e-mail: Natashamalyarchuk2612@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5284-1376>*

**Анотація.** Сучасний туристичний бізнес є одним із найбільших та швидко зростаючих секторів економіки. Часто індустрія туризму розглядається в якості посередника економічних і соціальних змін в суспільстві. Крім того, туризм здатний підтримати загальнонаціональне об'єднання шляхом припливу іноземної валюти, заохочувати культурну діяльність і традиційні ремесла, зробити істотний вплив на різні сектори послуг. Індустрії туризму відводиться значна роль у створенні робочих місць, зниження рівня безробіття, переважно за рахунок розвитку туристичного підприємництва, здатного усунути соціальні проблеми, дати поштовх розвитку країни і поповненню бюджету, що приводить до зростання валового внутрішнього продукту. Мета роботи - визначити рівень розвитку підприємницької активності в сфері туризму в регіонах. Дослідження базується на аналізі туристичних потоків, частки туризму в ВВП, кількості активних суб'єктів у сфері туризму в динаміці за останні роки, аналізі динаміки зміни фонду колективних засобів розміщення; аналізі рівню та якості транспортного обслуговування і як це впливає на розвиток туристичних потоків; аналізі показників кореляції між кількістю підтверджених випадків COVID-19 та кількістю щоденних польотів. Результатами дослідження стали рейтинги з розвитку підприємницької активності в туризмі; виявлення факторів, що стримують розвиток підприємництва в туризмі, пропозиції по підвищенню розвитку основних видів туристичного підприємництва. Областю застосування результатів дослідження є діяльність суб'єктів туристичної індустрії: Міністерства культури і спорту, управлінь з розвитку туризму, туроператорів і турагентів, галузевих організацій, споживачі. Результати дослідження можуть бути використані при розробці регіональних програм розвитку туризму в рамках реалізації державної програми розвитку туризму до 2027 року.

**Ключові слова:** туризм; ринок туристичних послуг; суб'єкти туристичного підприємництва; туристичний бізнес; стратегія; тенденції розвитку туристичного підприємництва.

Формули: 0; рис.: 2; табл.: 1, бібл.: 22

**Annotation.** Modern tourism business is one of the largest and fastest growing sectors of the economy. Often the tourism industry is seen as a mediator of economic and social change in society. In addition, tourism is able to support national unification through the inflow of foreign currency, encourage cultural activities and traditional crafts, and make a significant impact on various service sectors. The tourism industry plays a significant role in creating jobs, reducing unemployment, mainly through the development of tourism entrepreneurship, able to eliminate social problems, give impetus to the country's development and replenish the budget, which leads to growth in gross domestic product. The purpose of the work is to determine the level of development of entrepreneurial activity in the field of tourism in the regions. The study is based on the analysis of tourist flows, the share of tourism in GDP, the number of active actors in the field of tourism in the dynamics of recent years, the analysis of the dynamics of changes in the fund of collective accommodation; analysis of the level and quality of transport services and how it affects the development

*of tourist flows; analysis of the correlation between the number of confirmed cases of COVID-19 and the number of daily flights. The results of the study were ratings on the development of entrepreneurial activity in tourism; identification of factors hindering the development of entrepreneurship in tourism, proposals to improve the development of major types of tourism entrepreneurship. The scope of the study is the activities of the tourism industry: the Ministry of Culture and Sports, tourism development departments, tour operators and travel agents, industry organizations, consumers. The results of the study can be used in the development of regional programs for tourism development in the framework of the state program for tourism development until 2027.*

**Key words:** *tourism; market of tourist services; subjects of tourism entrepreneurship; tourist business; strategy; Trends in tourist business development.*

*Formulas: 0; fig.: 2; tabl.: 1; bibl.: 22*

**Постановка проблеми.** 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 трильйона доларів. Відповідно до підрахунків Всесвітньої туристичної організації ООН, аналогічних втрат очікують й за підсумками 2021 року, що в сумі складе 4,8 трлн доларів збитків за 2 роки, що у 8 разів більше, ніж за часів глобальної кризи у 2009 році. Під загрозою скорочення перебуває 75 мільйонів робочих місць у світі. Найбільше – 48,7 мільйона робочих місць в Азійсько-Тихоокеанському регіоні та по 10 мільйонів робочих місць може зникнути у Європі та Америці [1].

Пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ із часів Другої світової війни. В Україні сьогодні спостерігається відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного підприємництва в умовах пандемії, що ставить про серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку.

Проте нині ефективний розвиток основних видів туристичного підприємництва набуває особливого значення, так як суб'єкти туристичного бізнесу, приймаючи рішення про інвестиційно-інноваційне переоснащення підприємства прагнуть мінімізувати можливі ризики та сподіваються на впровадження дієвих механізмів підтримки на рині держави.

Разом з тим частка ринку, яку займають суб'єкти туристичного підприємства та позитивна динаміка її зміни, є одними із найбільш важливих факторів, що визначають рівень розвитку основних видів туристичного підприємництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній економічній літературі є цілий ряд наукових досліджень і публікацій, які висвітлюють у тій чи іншій мірі різні аспекти підприємницької діяльності в сфері туризму. Особливе значення мають праці вчених О.М. Орлова, О. Думської, О.А. Давидова, І.М. Ільїна, А.Т. Фролова та ін.

Питання, пов'язані з визначенням основних чинників впливу на розвиток туристичної сфери та особливостей туристичного попиту і пропозиції українських туристичних продуктів, досліджуються вітчизняними і зарубіжними фахівцями, зокрема такими, як В.Г. Герасименко, В.Г. Гуляєв, А.П. Дурович, М.І. Кабушкін, В.М. Козирев, О.Д. Король, В.І. Нікіфоров, Т.В. Чернова, І.М. Школа.

Однак, у наявних дослідженнях і публікаціях недостатньо уваги приділяється сучасним тенденціям розвитку основних видів туристичного підприємництва, що зумовило вибір теми даної статті.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій розвитку основних видів туристичного підприємництва.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Туристична індустрія – один із найбільш динамічних, стійких і зростаючих секторів економіки в глобальному масштабі, що включає в себе різноманітні види підприємництва. У сфері

туристичного обслуговування працює багато підприємств, організацій і фірм різних організаційно – правових форм.

Згідно статті 5 Закону України «Про туризм»: «Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність» [19].

Специфіка підприємництва в індустрії туризму в тому, що послуги, які надаються суб'єктами туристичного бізнесу мають соціальне значення (відпочинок, оздоровлення, розваги, харчування, екскурсії) та різноманітні за якісним складом (готелі різної зірковості, номери різної категорійності, тури різної тривалості, тощо).

Тому під підприємницькою діяльністю туріндустрії (індустрії гостинності) слід розуміти діяльність, яка здійснюється на комерційній основі та пов'язана з реалізацією нових можливостей для розробки конкурентоспроможної туристичної послуги та/або продукту.

Відповідно до сучасних тенденцій розвитку основних видів туристичного підприємництва у новітній економічній літературі, існує два підходи до класифікації видів туристичного підприємництва.

Перший базується на класичному підході, а саме: виробниче підприємництво; комерційне підприємництво; фінансово-кредитне підприємництво. Застосування даної класифікації підприємницької діяльності суб'єктів туристичної індустрії дозволило прихильникам даної точки зору зробити наступні висновки. Діяльність туроператорів можна умовно віднести до

виробничого підприємництва. Турагенти виконують функції посередників – продавців турів. Крім того, вони виконують окремі види послуг, наприклад страхування, консульське обслуговування і інше. Це змішаний вид діяльності. Контрагенти – виконавці туристичних послуг (готелі, ресторани, перевізники, екскурсійні бюро та ін.), які надають послуги споживачам турпродукту, тобто активно беруть участь у виробництві послуг і на цій підставі можуть бути віднесені до виробничих підприємств.

Туристична галузь має ряд особливостей, які у значній мірі визначають результати діяльності підприємств, а тому головний висновок полягає в тому, що у зв'язку з особливостями турпослуг, підприємницька діяльність підприємств туристичної індустрії, може бути лише умовно віднесена до певного виду.

Однак без розкриття «особливостей турпослуг» з'являється цілий ряд питань до прихильників даної точки зору. Якщо «загальноприйнята» класифікація не може бути використана для туристичного підприємництва, то чи є вона «загальноновизнаною»? Якщо «загальноновизнана» класифікація видів підприємницької діяльності не накладається на туристичну діяльність, то чи є туристична діяльність підприємницькою? Якщо «загальноприйнята» класифікація не є такою, а туристична діяльність є підприємницькою діяльністю, то чи потрібна розробка іншої, спеціальної класифікації видів підприємницької діяльності в туризмі? На всі ці питання необхідно знайти відповіді. З огляду на специфіку діяльності суб'єктів туристичного підприємництва існує інший підхід щодо класифікації його видів враховуючи особливості галузі [2-3].

Тому за іншою методикою види туристичного підприємництва поділяються на: підприємницька діяльність в індустрії розваг; туристичні агентства; підприємницька діяльність в сфері транспорту; екскурсійно-пізнавальні

організації; підприємницька діяльність в індустрії харчування; підприємницька діяльність в індустрії розміщення; підприємницька діяльність в індустрії послуг гостинності; глобальні комп'ютерні мережі; туроперейтинг.

На думку фахівців, найбільший вплив на розвиток туризму здійснює: готельний бізнес, транспорт, туристичні агентства, туроперейтинг і глобальні комп'ютерні мережі бронювання і резервування (ГКМ).

Розглянемо окремо кожен вид туристичного підприємництва більш детально. Так, готельні підприємства є як би базою будь-якого туристичного продукту. Розміщення завжди входить у пакет (набір) послуг, якими б не були подорож чи відпочинок. Тому наявність готельних підприємств у тому чи іншому регіоні, туристичному центрі значно впливає на можливості прийому туристів. Крім того, рівень і стандарти готельного обслуговування в значній мірі впливають на стандарти обслуговування туристів в цілому.

З 2014 року, на ринку готельної індустрії в Україні спостерігалось зменшення кількості наданих послуг, по причині нестабільної соціально-економічної ситуації; зовнішньої збройної агресії на Сході держави; анексії Кримського півострова; а також комплекс системних проблем (недосконала та не модернізована туристична інфраструктура як у найбільших містах так і загалом в країні; недостатня якість надання послуг; високі ціни тощо). Ці фактори негативно вплинуло на розвиток готельного бізнесу, на прибуття іноземців, які приїжджають до України, так і на внутрішні міграції з метою туризму, рекреації чи роботи [4].

Окрім цього, суттєвого удару по українській готельній індустрії завдала пандемія Covid-19. Закриті кордони держав, скасування авіасполучення, обмеження пересування як у межах держав так і до інших країн, а також суцільна ізоляція спровокували комплекс проблем у готельному секторі.

Так, за даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) у 2020 році

число туристів скоротилося на третину, у порівнянні з показниками 2019 року [5]. Готельний бізнес один із перших зіштовхнувся з проблемою, внаслідок специфіки ведення господарювання. Так, після введення карантину близько 35 – 40% готелів в Україні закрилися, інші працюють у дуже обмеженому режимі. Відповідно, головна проблема полягає у скороченні або повній відсутності прибутку. Ті готелі, які продовжують функціонувати, втратили від 60 до 90% доходу [5].

Це викликало необхідність багатьом компаніям зупинити рекламні кампанії та скоротити інші витрати. При цьому, якщо карантин триватиме й восени 2021 року, то зимового туристичного сезону вже точно не буде. А багатьом готелям знадобляться місяці й роки, щоб відновитися [6].

Враховуючи динамічні вхідні дані, можна простежити тренд тенденції зміни показників діяльності готельного бізнесу в Україні, а також показників, які мають прямий вплив на його розвиток, насамперед діяльності туристичної галузі.

Аналіз динаміки зміни фонду колективних засобів розміщення (КЗР) в Україні за останні роки представлено в табл. 1.

Наразі важко спрогнозувати, наскільки критично сучасні глобальні негаразди вплинуть на розвиток туризму, а отже і на розвиток готельного бізнесу в нашій державі. Проте точно можна стверджувати, що кризи минути вже не вдалося. За підрахунками міністерства культури та інформаційної політики втрати імпорту та експорту послуг, пов'язаних з подорожами складають 1,5 млрд дол. США [13].

Підсумовуючи все сказане та враховуючи сучасні події у світі та тенденції в економіці України можна зробити висновок, що наукові дослідження в галузі розвитку готельного бізнесу будуть актуалізовуватись. На державному рівні в Україні було схвалено «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [14].

Таблиця 1

**Фонд колективних засобів розміщення в Україні в період 2015–2020 рр.**

Роки	Загальна кількість колективних засобів розміщення (КЗР), од		Загальна кількість місць у КЗР, тис. од	Кількість осіб, які перебували у КЗР, тис.	
	готелі та аналогічні засоби розміщення	інші засоби розміщення*		усього	з них іноземні туристи
2015	2478	1863	402,6	5779,9	665,8
2016	2534	1722	375,6	6544,8	863,7
2017	2474	1641	359,0	6661,2	824,5
2018	2777	1942	300,0	7006,2	917,9
2019	3165	2170	370,6	6960,9	959,4
2020**	728	609	155,0	2218,6	218,3

\* засоби розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання (хостели, будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку, туристські бази, гірські притулки), кемпінги та стоянки для житлових автофургонів і причепів, інші засоби розміщування (гуртожитки для приїжджих, інші місця для тимчасового розміщування).

\*\*дані за 2020 рік загальна кількість колективних засобів розміщення, що мають статус юридичної особи.

*Джерело: складено автором на основі [7; 8]*

Одними з Реалізація даної Стратегії це один із основних етапів підтримки вітчизняної готельної індустрії. Вона передбачає:

- впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування;

- скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення;

- створення національної мережі туристичних брендів України;

- створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу “Відвідай Україну” (“Visit Ukraine”) тощо.

З огляду на викладену вище інформацію, можна виокремити наступні стратегічні напрямки розвитку готельного господарства в Україні:

- створення сприятливих умов для інвестицій, в т.ч. і зовнішніх;

- створення на державному рівні привабливого туристичного іміджу України;

- оновлення матеріально-технічної бази та основних фондів засобів розміщення;

- розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів сервісу

- та якості в готельній індустрії;

- розширення додаткових послуг в засобах розміщення, залежно від їх спеціалізації [14].

Реалізація вищеперерахованих стратегій дасть змогу збільшити контингент споживачів готельних продуктів, в т.ч. і за рахунок іноземних туристів; збільшити обсяг послуг в індустрії гостинності; забезпечить стабільний розвиток підприємств готельного господарства.

Наступним видів туристичного підприємництва є транспорт, що також є невід'ємною частиною будь-якої подорожі, тому що подорож це переміщення в просторі. Транспорт необхідний і для екскурсійних цілей, і для трансферу. Можливості транспорту як по доступності регіонів, так і по частоті рейсів, рівню і якості обслуговування впливають на розвиток туристичних потоків.

На рисунку 1 відображено прибуття міжнародних туристів за період з 2000 по 2019 роки та сценарії на 2020 рік (мільйони).



**Рис. 1 Прибуття міжнародних туристів у 2000 - 2019 роки та прогноз на 2020 рік, млн.**

\* Усі три представлені сценарії подальшого розвитку міжнародного туризму у 2020 році не є прогнозами та не можуть тлумачитися як такі. Вони базуються на доступних туристичних даних за період січень–березень та інших інформації, зокрема даних щодо закритих національних кордонів у всьому світі станом на кінець квітня, при цьому слід враховувати високий ступінь невизначеності.

Джерело: складено автором на основі [15]

Згідно зі звітом ЮНВТО щодо пов'язаних із COVID-19 обмежень на пересування, 100% усіх міжнародних DESTINAЦІЙ ввели обмеження на пересування через пандемію:

- 97 DESTINAЦІЙ (45%) повністю або частково закрили свої кордони для туристів,

- 65 DESTINAЦІЙ (30%) повністю або частково призупинили здійснення міжнародних авіарейсів,

- 39 DESTINAЦІЙ (18%) закривають свої кордони за більш диференційованим принципом, забороняючи в'їзд для пасажирів із певних країн походження.

На рис. 2 показано кореляцію між кількістю підтверджених випадків COVID-19 та кількістю щоденних польотів, яка яскраво демонструє критичний вплив пандемії на туристичну галузь [16; 20-22].

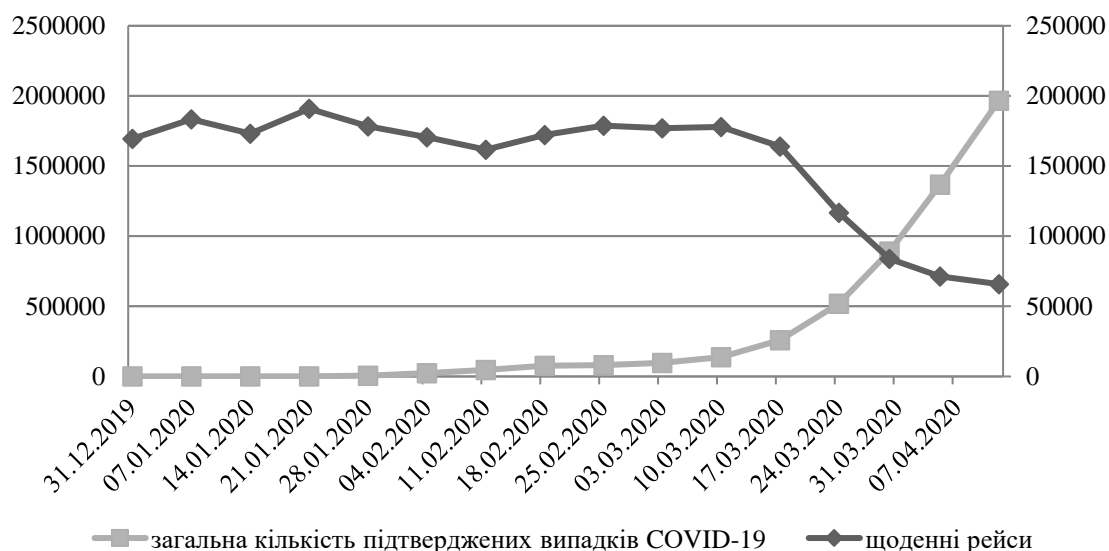
Передбачувані потенційні глобальні наслідки у 2021 році (порівняно з 2020 роком): зменшення кількості прибуттів міжнародних туристів із 850 мільйонів до 1,1 млрд; втрата експортних надходжень від туризму на суму від 910 мільярдів до

1,2 трильйона доларів США; ризик втрати від 100 до 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму [15].

Наступними гравцями на ринку туристичного підприємництва є туроператори та туристичні агентства.

Туроперейтинг - власне туристичне підприємство, що ставить своєю метою формування туристичного продукту і просування його до споживачів. Можливості оптового туроперейтинга впливають на поширення туристичної пропозиції, на можливість його вибору, на конкурентні стандарти якості обслуговування туристів [17].

Туристичні агентства - підприємства з продажу туристичних продуктів, туристичні магазини. Від їхніх можливостей, компетентності і надійності в значній мірі залежать вибір споживачів, а виходить, і можливості по продажах всіх інших учасників туристичного ринку [17].



**Рис. 2. Взаємозв'язок між кількістю підтверджених випадків COVID-19 та кількістю щоденних польотів у I-II кварталах 2020 року**

Джерело: складено автором на основі [16; 20-22]

Туристичну підприємницьку діяльність в Україні у 2020 р. здійснювали 1561 юридичні особи, з яких 452 – туроператори, 1109 – турагенти і 70 суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність, кількість турагентів – фізичних осіб підприємців складала – 2306, а у 2019 р. підприємницьку діяльність здійснювали 1867 юридичні особи, з яких 538 – туроператори, 1259 – турагенти і 70 суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність. Кількість фізичних осіб-підприємств становить 2797, з яких 2644 – турагенти і 153 – здійснюють туристичну діяльність. У цілому в туристичній галузі задіяно 11 867 штатних працівників та 1363 – власники, засновники підприємств та члени їхніх сімей [18].

Отже, за 2020 рік порівняно з 2019 зменшилась кількість суб'єктів туристичного підприємництва по всіх категоріях без виключення.

Останнім основним видом туристичного підприємництва є глобальні комп'ютерні мережі системи бронювання і резервування (ГКМ), які активно впроваджуються на туристичний ринок з початку 90-х рр. ХХ ст.

Вони фактично стали альтернативним каналом продажів туристичного продукту та поступово витісняють з ринку туроператорів і турагентів. Головним

внеском комп'ютерних систем у туристичному підприємництві є прискорення інформаційних потоків, розширення можливостей вибору і бронювання та цифровізація коштів.

Перші цифрові сервіси для туристів з'явилися на початку 2000-х і були орієнтовані на онлайн бронювання житла та покупку квитків:

Booking.com – готельний агрегатор дав можливість потенційним клієнтам побачити невеликі готелі по всьому світу, забезпечив їм самий широкий доступ до клієнтської бази;

AirB & B – повторив успіх Booking.com, сформувавши новий ринок оренди апартаментів;

Uber, Gett – агрегатори таксі, залучили в малий бізнес величезну кількість людей, дали їм можливість заробляти, використовуючи власний автомобіль і, одночасно, зробили послуги таксі більш доступними.

Однак діджиталізація туристичної індустрії на цьому не зупинилася і наступним кроком, особливо під час пандемії, стало впровадження віртуального туризму.

Віртуальний туризм – діяльність індивіда, що дозволяє за допомогою використання сучасної комп'ютерної техніки та комунікаційних мереж створити

і отримати максимально реалістичну сенсуальну інформацію про бажану дестинацію з числа реально існуючих без фактичного переміщення в неї [8]. Він є перспективним засобом просування тієї чи іншої зони відпочинку, він дає можливість потенційному туристу ознайомитися з культурними, історичними, рекреаційними можливостями місць відвідування і вибрати для себе найцікавіші об'єкти і заняття.

Розрізняють в залежності від цілей відвідування мережі такі види віртуального туризму: освітній, пізнавальний, розважальний, науковий і екзотичний, кожен з яких має свого клієнта і свої маркетингові кошти для залучення і утримання споживача.

Віртуальні цифрові технології відіграють у цьому не останню роль. Однією з цих технологій є 3D-панорама – спеціальна фотографія, що охоплює весь простір навколо однієї певної точки: на 360 ° горизонтально і не менше 180° вертикально. У разі об'єднання кількох 3D-панорам, поєднаних між собою прямими або перехресними переходами, можна говорити про 3D-тури. В даний час деякі турагенти можуть запропонувати потенційним клієнтам напередодні покупки реального туристичного туру здійснити віртуальний 3D-тур, проте в подальшому такі тури можуть і замінити реальні.

Туристична галузь завдяки появі новітніх цифрових технологій, знаходиться на етапі чергових перетворень дозволяють туристу безпосередньо працювати з виробником туристичної послуги, що сприяє наданню споживачеві більш якісного і недорогого продукту, підвищуючи відповідальність виробника.

Отже, у найближчій перспективі для більшості галузей будуть характерні істотні перетворення, пов'язані зі зміною бізнес-моделей, лідерів, проривних інновацій. Беручи до уваги нові тенденції, гравці ринку продажу туристичних послуг планують боротися за клієнта в цифровому просторі, що є наслідком глобальної діджиталізації.

**Висновки.** Проведене дослідження дає підстави зробити висновок, що в туристичній галузі відбуваються процеси розвитку конкуренції на основі діяльності суб'єктів туристичного підприємництва.

Перспективи подальших досліджень будуть спрямовані на визначення ефективності функціонування суб'єктів туристичної галузі та впровадження стратегічних інструментів в управління туристичним бізнесом країни, регіонів і громад. Заплановані зміни у туристичній сфері виглядають безпрецедентними у порівнянні з планами розвитку туризму за останні роки. Всі учасники українського туристичного ринку зараз очікують, які будуть перші кроки нещодавно створеного Державного агентства з розвитку туризму. Саме вони будуть визначальними та допоможуть зрозуміти, чи дійсно влада України націлена на корінні зміни у туристичній сфері, чи всі обіцянки та плани залишаться лише черговою декларацією про наміри.

#### **Література:**

1. WTTC. «Safe Travels»: Global Protocols & Stamp for the New Normal. 2020. URL: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>.
2. Фролова Т. А. Экономика и предпринимательство в сфере социальнокультурного сервиса и туризма. Конспект лекций. СПбАУиЭ. 2000. 68 с.
3. Ильина Е. Н. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности : учебник. Финансы и статистика. 2001. 96 с.
4. Розвиток українського та світового готельного господарства. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/15286/>.
5. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www2.unwto.org/en>.
6. Всесвітня рада з туризму та подорожей WTTC. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розмішування в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2019 році. URL: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/kol\\_zas\\_ukr/arch\\_kol\\_zas\\_ukr.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/kol_zas_ukr/arch_kol_zas_ukr.htm).
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розмішування в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2011–2019 рр. URL:



[https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tur/zr\\_u.html](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tur/zr_u.html)

9. Давидова О. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2, Т. 2. С. 257-260.

10. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>.

11. Орлова О. М. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в Україні. *БізнесІнформ*. 2017. № 1. С. 153-160.

12. Економічна статистика. Економічна діяльність. Туризм. Державна служба статистики України. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

13. Думська О. «Буде туристичний Майдан». Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі. *Радіо Свобода*. 2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-aftercoronavirus/30586049.html>.

14. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 берез. 2017 р. № 168. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.

15. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО). *Світовий туристичний барометр*. Травень. 2020. URL: [https://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2020\\_02.pdf](https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2020_02.pdf).

16. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>.

17. Офіційний сайт Студопедія. URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_32944\\_vidpidpriemnitstva-v-turizmi.html](https://studopedia.com.ua/1_32944_vidpidpriemnitstva-v-turizmi.html).

18. Статистичний щорічник України за 2019 р. *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwixr9PUgJ\\_yAhW8\\_7sIHQqOByMQFnoECAUQA&url=http%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2020%2Ftyr%2Ftyr\\_dil%2Ftur\\_d\\_19\\_u.xlsx&usg=AOvVaw0eC8t2IHfw692yzB8Y971M](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwixr9PUgJ_yAhW8_7sIHQqOByMQFnoECAUQA&url=http%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2020%2Ftyr%2Ftyr_dil%2Ftur_d_19_u.xlsx&usg=AOvVaw0eC8t2IHfw692yzB8Y971M).

19. Про туризм: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>.

20. FlightRadar24. Total number of flights tracked by FlightRadar24, per day, last 90 days. 2020. URL: <https://www.flightradar24.com/data/statistics>.

21. European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC). (2020). COVID-19 Situation update worldwide. Retrieved April 4, 2020. URL: <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>.

22. Офіційний сайт Worldometer. URL: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>.

#### References:

1. WTTC (2020), “Safe Travels: Global Protocols & Stamp for the New Normal”, retrieved

from : <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>.

2. Frolova, T. A. (2000), “Economics and enterprises in the SFSR Social Cultural Service and Tourism”, Summary of lecture, SPBAIE, 68 p.

3. Ilina, E. N. (2001), *Menedzhment turizma. Turizm kak vid deyatel'nosti* [Tourism management. Tourism as an activity], 96 p.

4. *Rozvytok ukrainskoho ta svitovoho hotelnoho hospodarstva* [Development of Ukrainian and world hotel industry], retrieved from: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/15286/>.

5. Official site of the World Tourism Organization, retrieved from : <http://www2.unwto.org/en>.

6. WTTC World Tourism and Travel Council, retrieved from : <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>.

7. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Collective accommodation facilities in Ukraine (legal entities, separate divisions of legal entities) in 2019, retrieved from : [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/kol\\_zas\\_ukr/arch\\_kol\\_zas\\_ukr.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/kol_zas_ukr/arch_kol_zas_ukr.htm).

8. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Collective accommodation facilities in Ukraine (legal entities, separate subdivisions of legal entities) in 2011–2019, retrieved from : [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tur/zr\\_u.html](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tur/zr_u.html).

9. Davydova, O. A. (2017), “Current state and prospects of development of the hotel industry of Ukraine”, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, № 2, part 2, pp. 257-260.

10. Bereshchak, V. (2021), “How COVID-19 will change the hotel business in Ukraine”, retrieved from : <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>.

11. Orlova, O. M. (2017), “Current problems of tourism business in Ukraine”, *BiznesInform*, № 1, pp. 153-160.

12. Economic statistics. Economic activity. Tourism. State Statistics Service of Ukraine (2020), retrieved from : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

13. Dumska, O. (2020), ““There will be a tourist Mайдan.” How the coronavirus has affected tourism in Ukraine and the world”, *Radio Svoboda*, retrieved from : <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-aftercoronavirus/30586049.html>.

14. About approval of Strategy of development of tourism and resorts for the period till 2026: the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine from March 16. 2017, retrieved from : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.

15. World Tourism Organization (UNWTO). World tourist barometer, retrieved from : [https://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2020\\_02.pdf](https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2020_02.pdf).

16. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, retrieved from :

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>.

17. Official site Studopedia (2021), retrieved from : [https://studopedia.com.ua/1\\_32944\\_vidpidpriemnitstva-v-turizmi.html](https://studopedia.com.ua/1_32944_vidpidpriemnitstva-v-turizmi.html).

18. Statistical Yearbook of Ukraine for 2019. State Statistics Service of Ukraine (2019), retrieved from : [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwixr9PUgJ\\_yAhW8\\_7sIHQqOByMQFnoECAUQAaw&url=http%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2020%2Ftyr%2Ftyr\\_dil%2Ftur\\_d\\_19\\_u.xlsx&usg=AOvVaw0eC8t2IHfw692yzB8Y971M](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwixr9PUgJ_yAhW8_7sIHQqOByMQFnoECAUQAaw&url=http%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2020%2Ftyr%2Ftyr_dil%2Ftur_d_19_u.xlsx&usg=AOvVaw0eC8t2IHfw692yzB8Y971M).

19. About tourism: Law of Ukraine (2021), retrieved from : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>.

20. FlightRadar24. Total number of flights tracked by Flightradar24, per day, last 90 days. 2020, retrieved from : <https://www.flightradar24.com/data/statistics>.

21. European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC). (2020). COVID-19 Situation update worldwide. Retrieved April 4, 2020, retrieved from : <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>.

22. Official site Worldometer (2021), retrieved from : <https://www.worldometers.info/coronavirus/>.

***Стаття надійшла до редакції 25.05.2021 р.***