



Отримано: 21 лютого 2022 р.

Прорецензовано: 16 березня 2022 р.

Прийнято до друку: 20 березня 2022 р.

e-mail: nataliya.mamontova@oa.edu.ua

sazonets@scientificview.umsf.in.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-24(52)-48-54

Мамонтова Н. А., Сазонець І. Л., Тімченко О. О. Економічний стан туристичного бізнесу України в умовах пандемії COVID-19. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острого : Вид-во НаУОА, березень 2022. № 24(52). С. 48–54.

УДК: 338.48

JEL-класифікація: D 62, I 12, L 83

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-2477-6335>ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0001-8032-3675>**Мамонтова Наталія Анатоліївна,**

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національний університет «Острозька академія»

Сазонець Ігор Леонідович,

доктор економічних наук, професор, професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

Тімченко Олександра Олександрівна,

здобувач вищої освіти, бакалавр спеціальності «Туризм» ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Проведено узагальнення теоретичних підходів розвитку туристичного бізнесу та практичного аналізу економічного стану туристичного бізнесу України під впливом пандемії COVID-19. Проведено аналіз динаміки суб'єктів туристичної діяльності України та кількості клієнтів туристичних компаній, надано порівняльну характеристику розподілу туристів, проаналізовано вплив пандемії COVID-19 на міжнародні туристичні процеси. Визначено сучасні тенденції розвитку туризму в Україні.

Ключові слова: економіка, туристичний бізнес, пандемія, COVID-19, аналіз, туристичні компанії.

Natalya Mamontova,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Finance, Accounting and Auditing
of the National University of Ostroh Academy

Igor Sazonets,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Tourist and Hotel and Restaurant Business,
Dnipro Humanities University

Oleksandra Timchenko,

Applicant for higher education, bachelor's degree in "Tourism"
of the Higher Educational Private Institution "Dnipro Humanities University"

ECONOMIC STATE OF UKRAINIAN TOURIST BUSINESS IN THE CONVENTION OF THE COVID-19 PANDEMIC

The article attempts to combine the authors' opinions in the context of generalizing theoretical approaches to tourism business development and practical analysis of the economic condition of Ukraine's tourism business under the influence of the COVID-19 pandemic. To this end, the article sets a number of tasks: analysis of the dynamics of tourism in Ukraine for 2015-2020, and the number of clients of travel companies, to provide comparative characteristics of the distribution of tourists served by tour operators and travel agents to travel in 2015 and 2020, to clarify the performance of travel agents of legal entities in 2020 by regions of Ukraine, to analyze the impact of the COVID-19 pandemic on international tourist arrivals on a regional basis in 2019-2021, to determine the countries visited by Ukrainian citizens and countries from which foreigners came Ukraine in the context of the COVID-19 pandemic.

It is proved that the tourism business in Ukraine is not evenly concentrated. The leaders in this indicator are Kyiv, Dnipro, Kharkiv and Lviv regions.

It has been determined that in the conditions of the COVID-19 pandemic, the tourism business in Ukraine, although not developing, is not degrading and remains at a certain level. This situation is due to the high incomes of citizens in certain regions. In such conditions, the number of tour operators and travel agents has decreased, but not much.

It was found that countries such as Turkey and Egypt were most interested in the arrival of tourists from Ukraine during the pandemic. The flow of tourists to these two countries was much higher than in all other countries combined. The number of tourists leaving the country significantly exceeds the number of tourists coming to Ukraine.

Keywords: economy, tourism business, pandemic, COVID-19, analysis, travel companies.



Постановка проблеми. Світовий туристичний бізнес розвивається як єдина система, складовими елементами якої є національні туристичні комплекси, загальносвітові центри рекреації за видами туризму, глобальна транспортна інфраструктура, система фінансового забезпечення транзакцій в туристичній сфері, спрощена система прикордонного та митного обслуговування в провідних туристичних країнах, адаптована система санітарно-гігієнічних норм та правил, однакові світові підходи та принципи надання медичної допомоги та страхування медичних послуг для клієнтів туристичних компаній в усіх країнах світу та у різних моделях організації охорони здоров'я. Тенденція глобалізації туристичної діяльності призвела останніми роками до підйому туристичного бізнесу, його розвитку в національному і світовому масштабах. Це дозволило й туристичним компаніям України успішно працювати в цьому сегменті економіки.

Випробуванням критичного характеру для світового туристичного бізнесу стало розповсюдження пандемії коронавірусу COVID-19. Обмеження в переміщенні населення, жорсткі карантинні правила, людський страх за можливі негативні наслідки для свого здоров'я призвели до стрімкого зниження економічних показників туристичного бізнесу. Ця тенденція є характерною для світового туризму і для туризму України. Туристичний бізнес України протягом останніх років демонстрував стабільні економічні показники, однак, пандемія суттєво і негативно вплинула на його функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Такі тенденції досліджувалися вітчизняними науковцями. Сучасні тенденції розвитку туризму як складової глобальної постіндустріальної економіки досліджено Саленко А.С. та ін. в монографії «Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства»[1]. Соціально-економічні тенденції розвитку туристичного бізнесу проаналізовано Джинджояном В.В. в монографії «Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності»[2]. Ханіна О.І в роботі «Наслідки пандемії COVID-19 та заходи державного антикризового регулювання»[3, 126 – 132] та в інших працях виявила основні тенденції розвитку провідних сфер економіки в умовах пандемії COVID-19 та обґрунтувала важливість активізації роботи підприємств санаторно-курортної діяльності. Сазонець О.М. в роботі «Шляхи реалізації соціально-комунікативної функції підприємств міжнародного туризму в практичній діяльності» [4, 38–42] виявила практичні перспективи розвитку та динаміку розвитку окремих видів туризму в національній моделі туристичного бізнесу.

Мета і завдання дослідження. В поданому дослідженні нами зроблено спробу поєднання думок авторів в контексті узагальнення теоретичних підходів розвитку туристичного бізнесу та практичного аналізу економічного стану туристичного бізнесу України під впливом пандемії COVID-19. З цією метою в статті поставлено такі завдання як: аналіз динаміки суб'єктів туристичної діяльності України за 2015-2020 рр., та кількості клієнтів туристичних компаній, надати порівняльну характеристики розподілу туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки в 2015 та 2020 роках, уточнити показники роботи туристичних агентів юридичних осіб у 2020 році за регіонами України, проаналізувати вплив пандемії COVID-19 на міжнародні туристичні прибуття за регіональною ознакою в 2019-2021 рр., визначити країни, до яких виїжджали громадяни України, та країни з яких прибували іноземці в Україну в умовах пандемії COVID-19.

Виклад основного матеріалу. Першим показником, що відображає стан туристичної діяльності в Україні є динаміка суб'єктів туристичної діяльності України за 2015-2020 рр. Така динаміка представлена на рис. 1. Як свідчить графічний матеріал національний туристичний бізнес зазнав важкого удару в 2014 році коли почався озброєний конфлікт на Сході України.

Показники туристичної діяльності в Україні досить значно знизились у 2015 році. Після 2015 року туристична галузь поступово розвивалась і подальша динаміка була позитивною. Тому, на рис.1 відображається позитивна динаміка, як за кількістю юридичних так і фізичних осіб, які працювали в сфері туристичного бізнесу. У 2020 році спостерігається невелике зменшення ділової активності в туристичному бізнесі. Пандемія COVID-19 змусила припинити діяльність деяких операторів ринку. Разом з тим, в цілому пандемія COVID-19 має менший негативний ефект у порівнянні з кризою в 2014 році.

Наступний показник, який характеризує кількісні показники активності туристичного бізнесу є динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні за 2015-2020 рр., що представлено на рис. 2. Як свідчить графічний матеріал, починаючи 2019 року спостерігається зниження кількості обслуговуваних туристів, як у фізичних та і юридичних осіб. Разом з цим таке зниження аналогічно до 2015 року, що було пов'язано з активною фазою військових дій на Сході України. Судячи з графіку можна стверджувати, що хоча кількість туроператорів та турагентів зменшилась не досить значно, кількість туристів скоротилася катастрофічно.

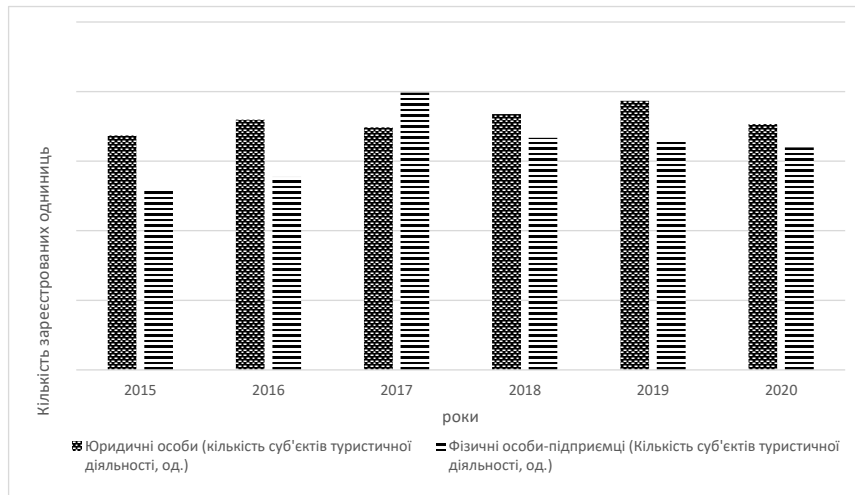


Рис. 1. Динаміка суб'єктів туристичної діяльності України за 2015-2020 рр. [складено автором за 5]

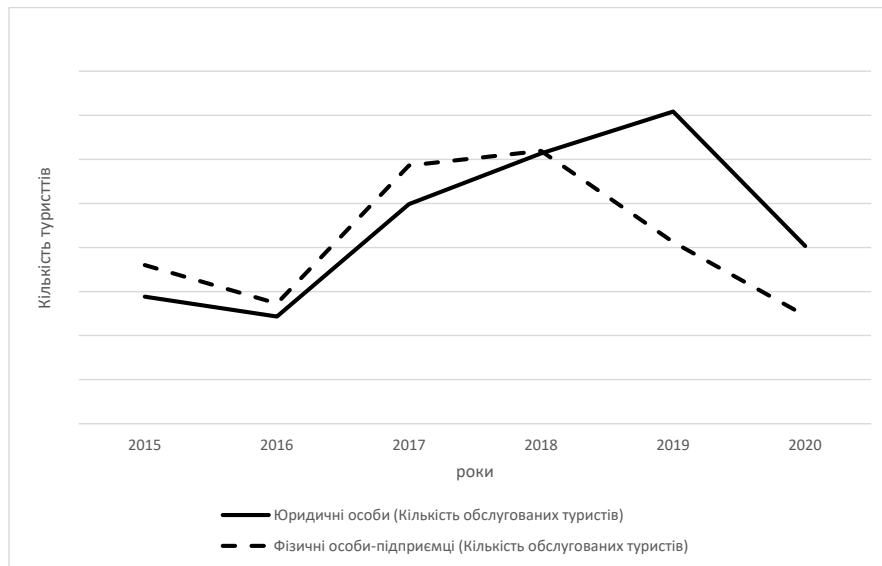


Рис. 2. Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні за 2015-2020 рр. [складено автором на основі 5]

Наступний показник, це динаміка кількості туроператорів юридичних осіб за регіонами, що представлено на рис. 3. Динаміка кількості туроператорів юридичних осіб за деякими регіонами дає змогу стверджувати, що туристичний бізнес в Україні зосереджено не рівномірно. Лідерами за даним показником є м. Київ, Дніпропетровська, Харківська та Львівська області. Нерівномірність туроператорів за географічною ознакою пояснюється в цілому тим, що попит на туристичні послуги дуже сильно залежить від рівня доходів громадян. Так в тих регіонах, де доходи громадян високі, там завжди є попит на туристичні послуги. І навпаки в тих областях де, начебто повинна бути значна кількість туроператорів як наприклад, Закарпатська та Львівська області по факту їх досить незначна кількість. Це стосується виїзного туризму, який є домінуючим у промислово розвинутих регіонах України.

Наступним показником є характеристика роботи туристичних агентів юридичних осіб у 2020 році за регіонами. Як уже зазначалося, стан туристичної діяльності та стан туристичного бізнесу є поняттями близькими, але не тотожними. Так в Україні, попри всі негаразди, потік туристів зберігається на відносно високому рівні, з огляду на пандемію COVID-19. Проте більша частина туристів, це виїзні туристи, тобто фактично це люди, які витрачають свої гроші за кордоном.

В таких умовах туристичний бізнес в Україні має достатньо скромні перспективи. Більшість українців, які користуються туристичними послугами, віддають перевагу відпочинку за кордоном, в той же час кількість іноземних туристів просто мізерна у порівнянні з українцями, які віддають перевагу відпочинку за кордоном.

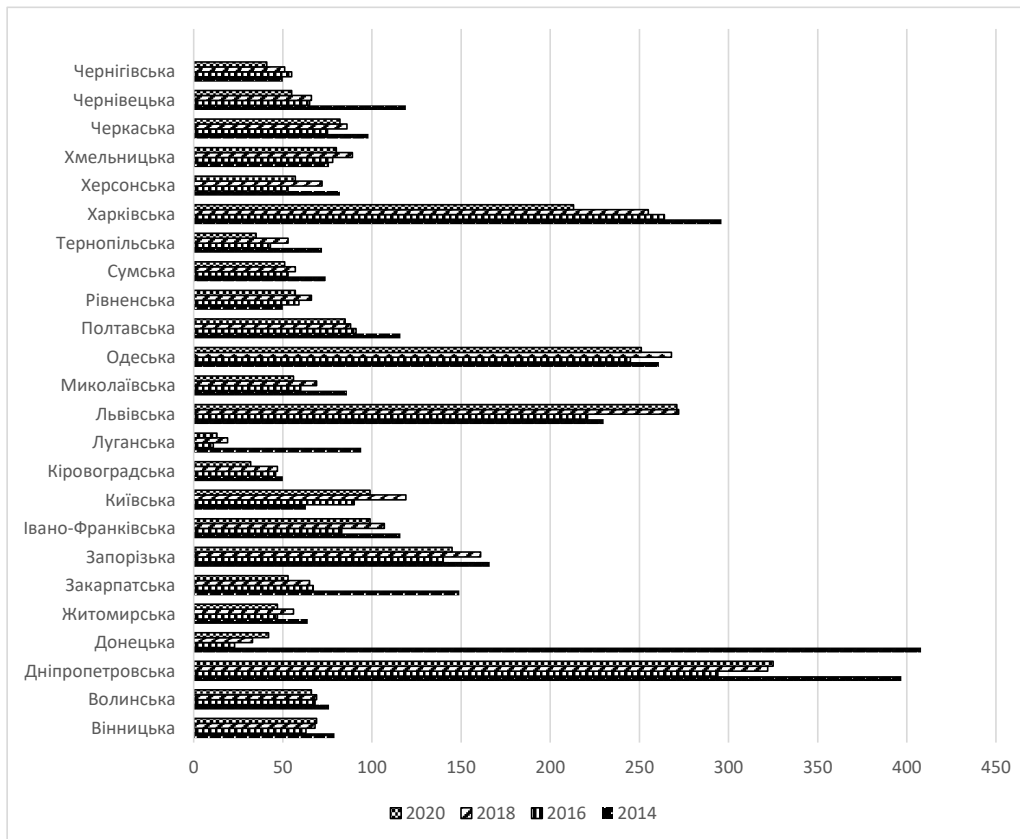


Рис. 3. Динаміка кількості туроператорів юридичних осіб за деякими регіонами за 2014 – 2020 рр. [складено автором на основі 5]

Тому як зазначено в таблиці 1, ті області, що мають значний рекреаційний потенціал, відомі туристичні дестинації мають менш розвинутий туристичний бізнес, ніж регіони, що мають більш високий фінансово-економічний потенціал. Якщо проаналізувати таблицю 1, можна побачити, що доходи від надання туристичних послуг наприклад Дніпропетровської області значно більші, ніж у Львівській області. Більш того, з причин пандемії COVID-19[6], внутрішній туризм зменшився, але люди почали віддавати переваги відпочинку у регіоні свого проживання. Ця тенденція же більше сприяє надходженню прибутків від туризму у межах більш економічно розвинутих регіонах.

Таблиця 1

**Показники роботи туристичних агентів у 2020 році за регіонами України (тис. осіб)
[складено автором на основі 5]**

Регіони/Показники	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів)	У тому числі від екскурсійної діяльності	Сума комісійних, агентських і інших винагород	Операційні витрати
м.Київ	83028,1	3281,4	5832,8	7584,4
Вінницька	2811,3	32,8	2778,7	2661,4
Волинська	2158,6	137,8	2024,2	1770,2
Дніпропетровська	20027,0	1380,4	18646,6	16494,6
Донецька	46028,8	1581,8	3832,8	6584,4
Житомирська	1996,3	10,5	1985,8	1588,9
Закарпатська	2894,2	551,0	2833,9	2091,3
Запорізька	14212,7	36,5	14176,2	10965,7
Івано-Франківська	4231,7	139,4	3448,8	3816,4
Київська	10241,6	35,0	9707,5	9327,6



Продовження таблиці 1

Кіровоградська	3518,3	454,4	2134,0	2694,3
Луганська	962,4	–	529,7	566,6
Львівська	19331,2	244,8	18553,6	16523,8
Миколаївська	2830,6	–	2151,9	2995,4
Одеська	30864,6	227,6	30637,0	26802,7
Полтавська	2964,8	60,7	1678,8	3010,8
Рівненська	2832,4	14,0	2748,3	2432,7
Сумська	2651,7	69,8	2623,3	2261,3
Тернопільська	1883,6	–	1883,6	1242,9
Харківська	12952,2	275,3	12676,9	13178,3
Херсонська	22260,9	–	1810,3	1276,2
Хмельницька	4528,1	62,1	4500,6	4638,6
Черкаська	1644,7	77,2	1567,5	1825,1
Чернівецька	38756,1	215,2	3325,4	16780,8
Чернігівська	1906,0	1,1	1904,9	1851,0

Аналіз діяльності суб'єктів туристичного бізнесу був би не повний, якщо він не враховував би вплив пандемії COVID-19. Пандемія, як процес глобального масштабу негативно вплинула не тільки на динаміку показників туристичного бізнесу в Україні, але й уразила світову туристичну галузь. Як можна побачити на рисунку 4, всі туристичні макрорегіони світу на всіх континентах зазнали втрат від пандемії.

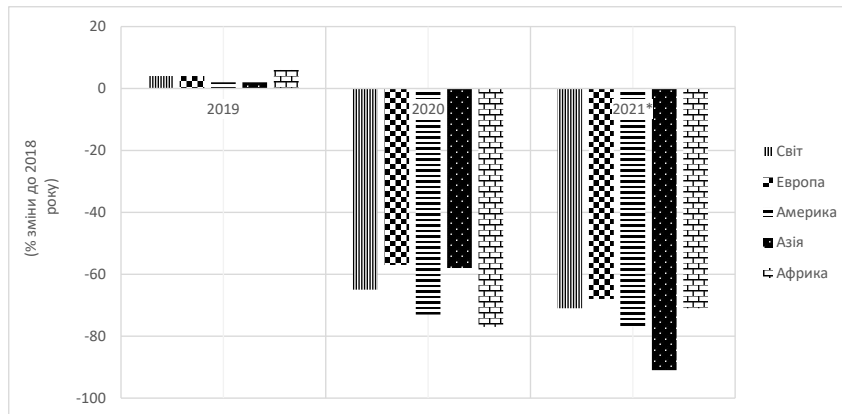


Рис. 4. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародні туристичні прибуття за регіональною ознакою в 2019-2021 рр. (% зміни порівняно з 2018 роком)[складено автором за 7]

Цілий ряд міжнародних організацій, таких як UNWTO, WHO приклали значні зусилля, разом з національними урядами, до нормалізації ситуації в туристичному бізнесі. В різних країнах готельні комплекси, туристичні компанії, авіаперевізники, страховики адаптували послуги, що надаються ними до умов організації відпочинку в умовах пандемії. Однак, необхідність запровадження жорсткого карантину, соціального дистанціювання, відміна рейсів, закриття кордонів мали негативний вплив. Повною мірою туристичний бізнес не зміг адаптуватися до умов пандемії.

Якщо порівняти окремі показники в'їзного та виїзного туризму України по окремим країнам (таблиця 2), то слід визначити значно більшу кількість виїзду туристів з України за кордон, ніж прибуття іноземних туристів в Україну.

Найбільш зацікавленими у прибутті туристів з України під час пандемії були такі країни як Туреччина та Єгипет. Потік туристів в ці дві країни був значно більшим, ніж у всі інші країни разом взяті.



Таблиця 2

Розподілу громадян України за країнами, до яких вони виїжджали, та іноземців за країнами, з яких вони прибули в Україну, у 2020 році [складено автором на основі 5]

Громадяни України, що були обслуговані турагентами (юридичними особами), за країнами, до яких вони виїжджали		Іноземці, що були обслуговані турагентами (юридичними особами), за країнами, з яких вони прибули в Україну	
Країна	Кількість туристів	Країна	Кількість туристів
Австрія	2491	Індія	817
Кіпр	3044	Туреччина	1701
Греція	2276	США	750
Іспанія	5555	Білорусь	613
Болгарія	17772	Росія	263
Єгипет	814898	Польща	556
Туреччина	698057	Азербайджан	156

З метою залучення туристів до готелів ці країни провели цілу низку організаційних заходів, зокрема, посилили медичне обслуговування в готелях, адаптували організацію харчування до вимог пандемії, ввели дистанційні правила на пляжах, зонах відпочинку, кафе, магазинах, адміністративних приміщеннях, в процесі екскурсійного обслуговування. Що стосується в'їзного туризму, то він є значно меншим за обсягом. Це зумовлено такими причинами, як перебування цікавих національних туристичних дестинацій в регіонах, що були оголошені «червоними зонами», повне закриття на певний час готелів в Україні, закриття на певний час кордонів для громадян окремих країн.

Висновки. На основі аналізу доведено, що туристичний бізнес в Україні зосереджено не рівномірно. Лідерами за даним показником є м. Київ, Дніпропетровська, Харківська та Львівська області. Нерівномірність туроператорів за географічною ознакою пояснюється в цілому тим, що попит на туристичні послуги залежить від рівня доходів. Ті області, що мають значний рекреаційний потенціал, відомі туристичні дестинації в умовах пандемії мають гірші показники туристичної діяльності, ніж регіони, що мають більш високий фінансово-економічний потенціал. Наприклад, доходи від надання туристичних послуг Дніпропетровської області значно більші, ніж у Львівській області. В умовах пандемії у більш вигідному становищі опинилися регіони, в яких більш розвинутий є виїзний туризм.

В умовах пандемії COVID-19 туристичний бізнес в Україні хоча не розвивається, але не деградує і тримається на певному рівні. Така ситуація склалась за рахунок наявності високих доходів громадян у певних регіонах. В таких умовах зменшилась кількість туроператорів та туристичних агентів, але не набагато.

Найбільш зацікавленими у прибутті туристів з України під час пандемії були такі країни як Туреччина та Єгипет. Потік туристів в ці дві країни був значно більшим, ніж у всі інші країни разом взяті.

Разом з цим для українського туристичного бізнесу в умовах, коли всі українські туристи залишилися вдома, є шанс реанімувати національну туристичну галузь, та зацікавити українців подорожувати в рамках державних кордонів.

Література:

1. Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства : монографія. Рівне. Волин. обереги, 2021. 208 с.

Dzhyndzhoian V.V., Salenko A.S. and Sazonets' I.L. (2021), Sotsial'ni determinanty rozvytku sfery posluh v kontseptsii formuvannya postindustrial'noho suspil'stva, Volyn. oberehy, Rivne, Ukraine.

2. Джинджоян В.В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с.

Dzhyndzhoian V.V. (2020), Bazysni determinanty rozvytku turystychnykh pidpryemstv na osnovi ikh sotsial'noi diial'nosti, Kласychnyj pryvatnyj universytet, Zaporizhzhia, Ukraine.

3. Ханіна О. І. Наслідки пандемії COVID-19 та заходи державного антикризового регулювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 22. С. 126–132.

Khanina O. I. (2021), "Naslidyk pandemii COVID-19 ta zakhody derzhavnoho antykrizovoho rehulivannia", Investytsii: praktyka ta dosvid, vol. 22, pp. 126–132.

4. Сазонець О. М., Ганкіна М. С. Шляхи реалізації соціально-комунікативної функції підприємств міжнародного туризму в практичній діяльності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 11. С. 38–42.

Sazonets' O. M. and Hankina M. S. (2017), "Shliakhy realizatsii sotsial'no-komunikatyvnoi funktsii pidpryemstv mizhnarodnoho turyzmu v praktychnij diial'nosti", Investytsii: praktyka ta dosvid, vol. 11, pp. 38–42.



5. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2020.pdf (дата звернення: 24.01.22 р.).

Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020), available at: http://vvv.ukrstat.gov.ua/druk/publitsat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2020.pdf (Accessed 24 January 2022).

6. Городницький В. В., Черничко Т. В. Е-туризм в умовах постпандемічного періоду, URL: <https://msu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-2021.pdf>. (Дата звернення 24.01.22 р.)

Horodnyts'kyj V. V., Chernychko T. V. 'E-turyzm v umovakh postpandemichnoho periodu' (2021), available at: <https://msu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-2021.pdf> (Accessed 24 January 2022).

7. Tourism enjoys strong start to 2022 while facing new uncertainties. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>. (дата звернення: 4.02 2022 р.).

Tourism enjoys strong start to 2022 while facing new uncertainties (2022), available at: <https://vvv.unwto.org/taxonomy/term/347> (Accessed 24 January 2022).