

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В ЕПОХУ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ:
ВИКЛИКИ І ЗАГРОЗИ

Виконала: студентка VI курсу, групи МТЕ-110м
Спеціальності: 242 Туризм _____
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: Туризмознавство _____

Шеєнко О.Є.

(прізвище та ініціали)

Керівник _____ Гурова Д.Д.

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____ Соколов А.В.

(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра _Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

В.М. Зайцева

«__» _____ 2021 року

ЗАВДАННЯ

НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

_____ Шєєнко Ольги Євгеніївни _____
(прізвище, ім'я по батькові)

- Тема роботи (проекту) Туристичний бізнес в епоху пандемії коронавірусу: виклики і загрози _____, керівник роботи (проекту) __Гурова Д.Д., к.геогр.н., доцент _____, затвердженні наказом вищого навчального закладу від 14 вересня 2021 року № 337
- Строк подання студентом роботи (проекту) __21.11.2021 р. _____
- Вихідні дані до роботи (проекту) __в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, Державної служби статистики України _____
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____
_Розділ 1. Пандемія коронавірусу COVID-19 та її соціально-економічні наслідки для турбізнесу. Розділ 2. Аналіз розвитку туристичного бізнесу у до- та ковідний період. Розділ 3. Прогнози розвитку туристичного бізнесу у ковідному просторі та шляхи підтримки мікропідприємств Запорізької області _____
- Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____
__9 таблиць, 14 рисунків _____

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Гурова Д.Д., доцент каф. ТГРБ	01.09.2021	11.10.2021
2	Гурова Д.Д., доцент каф. ТГРБ	01.09.2021	25.10.2021
3	Гурова Д.Д., доцент каф. ТГРБ	01.09.2021	08.11.2021
Нормоконтроль	Цвілий С.М., доцент каф. ТГРБ	01.09.2021	19.11.2021

7. Дата видачі завдання __ 1 вересня 2021 року __

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	01.09.2021	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2021	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	01.09-01.10.2021	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2021	виконано
5	Виконання першого розділу	11.10.2021	виконано
6	Виконання другого розділу	25.10.2021	виконано
7	Виконання третього розділу	08.11.2021	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	15.11.2021	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	19.11.2021	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	22.11.2021	виконано
11	Перевірка роботи керівником	26.11.2021	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	29.11.2021	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	03.12.2021	виконано
14	Подання роботи на кафедру	13.12.2021	виконано
15	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	22.12. 2021	виконано

Студент

_____ (підпис)

Шеєнко О.Є.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис)

Гурова Д.Д.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. Актуальною проблемою розвитку туристичного бізнесу є поширення коронавірусу і запровадження країнами карантинних обмежень на пересування, що впливає на туристичні прибуття в усіх регіонах світу. Визначення викликів і загроз для туристичної сфери, прогнозів її подальшого розвитку є базовими напрямками сучасних наукових досліджень. Саме це визначає своєчасність і актуальність напрямку наукового пошуку.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є формування шляхів підтримки туристичного мікропідприємств Запорізького регіону на основі визначення викликів і загроз, які виникли у туристичному бізнесі в епоху коронавірусу. Виходячи з поставленої мети, виконано такі **завдання**: висвітлено початок розповсюдження пандемії коронавірусу COVID-19 та її соціально-економічні наслідки; проаналізовано розвиток туризму у до- та післяковідний період; розглянуто тенденції та прогнози розвитку сфери туризму у постковідну епоху; запропоновано підтримку мікропідприємств Запорізької області шляхом створення інформаційно-консультаційного хабу.

Об'єктом наукового дослідження є вплив викликів і загроз чинників пандемії коронавірусу на розвитку туристичного бізнесу регіонів світу.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних питань щодо відстеження змін показників розвитку туристичної сфери та прогнози розвитку туризму в епоху пандемії COVID-19.

Методи дослідження: аналізу та синтезу, принцип системності загального зв'язку та розвитку, принцип аксіологічності, комплексно-цільовий підхід, статистичні методи, графоаналітичний метод.

Інформаційну базу дослідження становлять статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, Державної служби статистики України, міжнародних економічних організацій, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, матеріали міжнародних та всеукраїнських форумів, семінарів та конференцій, власні дослідження автору.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що дістали подальшого розвитку наукові дослідження впливу пандемії коронавірусу на розвиток туристичного бізнесу та у запропонуванні такого засобу підтримки мікропідприємств туристичної сфери Запорізької області, як створення інформаційно-консультаційного хабу, покликаного стимулювати туристичні компанії мікробізнесу до розробки посткоронавірусної стратегії розвитку.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що поява на базі НУ «Запорізька політехніка» інформаційно-консультаційного хабу створить найбільш сприятливі умови для адаптації сфери гостинності України до кризового стану в туризмі. Крім того, наявність на території вітчизняних регіонів таких інтеграційних структур значно полегшить вирішення організаційно-фінансових питань, пов'язаних з формуванням регіональних банків даних медичних формальностей і мереж інформаційного супроводу туристичної діяльності, зокрема державного управління інформаційним забезпеченням туристичної діяльності (довідка № 2/21 від 16.11.2021 р.). Також матеріали кваліфікаційної дипломної роботи магістра можуть бути використані у навчальній дисципліні бакалаврату «Міжнародний туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Основні результати, викладені в кваліфікаційній дипломній роботі, доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнських науково-практичних конференціях «Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні» (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) та «Туризм і рекреація: наука, освіта, практика» (м. Мукачєво, 27 квітня 2021 р.), «Тиждень науки – 2021» (НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, 19-23 квітня 2021 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (57 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 111 сторінок комп'ютерного тексту, основний зміст роботи викладено на 99 сторінках. Робота містить 9 таблиць та 14 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Шеєнко О.Є. Туристичний бізнес в епоху пандемії коронавірусу: виклики і загрози. – Кваліфікаційна дипломна робота.

У роботі розглянуто вплив пандемії коронавірусу COVID-19 на туристичний бізнес. Висвітлено початок пандемії та її соціально-економічні наслідки, введення карантинних обмежень в різних країнах. Проведений аналіз стану і прогнозів розвитку туризму в регіонах світу у доковідний період, а також охарактеризовано зміни, які відбулися у туризмі через пандемію коронавірусу. Досліджено тенденції та прогнози розвитку сфери туризму у постковідну епоху. Розроблено шляхи підтримки мікропідприємств Запорізької області шляхом створення інформаційно-консультаційного хабу.

Ключові слова: пандемія, COVID-19, туристичний бізнес, медичні формальності, вакцинація, прогноз, мікропідприємство, інформаційно-консультаційний хаб.

ANNOTATION

Sheienko O.Ye. Tourism business in the era of the coronavirus pandemic: challenges and threats. – Qualifying work.

The paper considers the impact of the COVID-19 coronavirus pandemic on the tourism business. The beginning of the pandemic and its socio-economic consequences, the introduction of quarantine restrictions in different countries are highlighted. The analysis of the state and forecasts of tourism development in the regions of the world in the reference period, as well as the changes that have occurred in tourism due to the coronavirus pandemic are performed. Trends and forecasts of tourism development in the postcovid epoch are studied. Ways to support microenterprises of Zaporizhzhia region by creating information and consulting hub have been developed.

Key words: pandemic, COVID-19, tourist business, medical formalities, vaccination, forecast, microenterprise, information and consulting hub.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ ТА СКОРОЧЕНЬ

АЗС – автозаправна станція

ВВП – валовий внутрішній продукт

ВООЗ – Всесвітня організація охорони здоров'я

див. – дивись

дод. – додаток

ЕК – Європейська комісія

ЄС – Європейський Союз

ЗВО – заклад вищої освіти

км – кілометр

м. – місто

МВФ – Міжнародний валютний фонд

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

НУ «ЗП» – Національний університет «Запорізька політехніка»

ОАЕ – Об'єднані Арабські Емірати

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

РНК – рибонуклеїнова кислота

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ТПП – торгово-промислова палата

ТРЦ – торгівельно-розважальні центри

ЮНВТО – Всесвітня туристична організація

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

% – відсоток

°С – градус за Цельсієм

\$ – долар США

£ – фунт стерлінгів

ADR – Average Daily Rate – середня денна ставка

Occ – Occupancy – зайнятість

RevRAR – Revenue per available room – дохід на наявний номер

RPK – Revenue Passenger Kilometers – приріст пасажирських кілометрів

ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1. ПАНДЕМІЯ КОРОНАВІРУСУ COVID-19 ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ ТУРБИЗНЕСУ	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У ДОТА КОВІДНИЙ ПЕРІОД	39
2.1. Стан і прогнози розвитку туристичного бізнесу в регіонах світу у доковідний період	39
2.2. Аналіз розвитку туристичного бізнесу в епоху пандемії коронавірусу	52
РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У КОВІДНОМУ ПРОСТОРІ ТА ШЛЯХИ ПІДТРИМКИ МІКРОПІДПРИЄМСТВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	74
3.1. Тенденції та прогнози розвитку туристичного бізнесу у постковідну епоху	74
3.2. Підтримка мікропідприємств Запорізької області шляхом створення інформаційно-консультаційного хабу	81
ВИСНОВКИ	97
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	101
ДОДАТКИ	107
Додаток А	108
Додаток Б	109
Додаток В	111

ВСТУП

Актуальність теми. Туристична галузь – одна з найбільш залежних від зовнішніх чинників. Кліматичні катаклізми, військові та політичні конфлікти, зміна законодавства, епідемії, фінансова криза суттєво впливають на стан і розвиток туристично-рекреаційного комплексу, його інвестиційну привабливість. У 2020 році одним з основних чинників впливу на економічні процеси виявилось розповсюдження пандемії COVID-19. Серйозні проблеми чекають на світ і Україну в тому числі, починаючи з невизначеної тривалості періоду пандемії та завершуючи обмеженнями на пересування. Країни в усьому світі впроваджують низку заходів для мінімізації наслідків пандемії й стимулювання відновлення туристичного сектору.

За умови світової пандемії та необхідності подолання її наслідків виникає потреба у виявленні напрямів, що можуть бути сприятливими для розвитку туристичного та рекреаційного бізнесу в світі та Україні в умовах коронакризи.

Ключовою проблемою розвитку туризму у період пандемії стали виклики і загрози, які вона спричинила у туристичному бізнесі. Теоретичні та прикладні аспекти вирішення проблеми впливу COVID-19 на сферу туризму досліджували низка як зарубіжних (К. Зімані, І. Коварі, Й. Мансфелд, А. Пізам та ін.), так й українських (А. Голод, О. Заноско, С. Комісаренко, Н. Корж, І. Маркіна, В. Зайцева, С. Цвілий, Д. Гурова та ін.) науковців. Водночас пандемія COVID-19 зумовила суттєві трансформації не лише туристичної сфери загалом, а й проблем функціонування мікропідприємств, які починаючи з 2020 року набули нових рис та особливої актуальності. Зазначені проблеми визначили об'єктивну необхідність подальшого розвитку дослідження, зумовила вибір теми кваліфікаційної роботи, її мету і завдання.

Мета й завдання дослідження. Метою кваліфікаційної дипломної роботи магістра є формування шляхів підтримки туристичних мікропідприємств Запорізького регіону на основі визначення викликів і загроз, які виникли у туристичному бізнесі в епоху коронавірусу.

Для досягнення поставленої головної мети в кваліфікаційній дипломній роботі необхідно сформулювати та вирішити наступні завдання:

- висвітлити початок розповсюдження пандемії коронавірусу COVID-19 та її соціально-економічні наслідки для туристичного бізнесу;
- проаналізувати розвиток туризму у до- та ковідний період;
- розглянути тенденції та прогнози розвитку туристичного бізнесу у постковідну епоху;
- запропонувати підтримку мікропідприємств Запорізької області шляхом створення інформаційно-консультаційного хабу.

Об'єктом наукового дослідження є вплив викликів і загроз чинників пандемії коронавірусу на розвитку туристичного бізнесу регіонів світу.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних питань щодо відстеження змін показників розвитку туристичної сфери та прогнози розвитку туризму в епоху пандемії COVID-19.

Методи дослідження. Вирішення поставлених завдань у процесі написання дипломної роботи здійснено за допомогою таких загальнонаукових принципів і методів: принцип системності загального зв'язку та розвитку, який дозволив розкрити сутність пандемії коронавірусу; принцип аксіологічності, за допомогою якого визначено роль коронавірусу у зменшенні туристичних прибуттів та вкладу туризму у загальний ВВП світу. При проведенні дослідження були використані: комплексно-цільовий підхід і системний аналіз – при дослідженні впливу пандемії та карантинних обмежень на туристичні прибуття; ситуаційний підхід – при аналізі факторів, які впливають на відновлення туристичної сфери; логічний аналіз – при обґрунтуванні необхідності створення інформаційно-консультаційного хабу; графоаналітичні методи при побудові діаграм.

Інформаційну базу дослідження становлять статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, Державної служби статистики України, міжнародних економічних організацій, державні стандарти та норми, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що дістали

подальшого розвитку наукові дослідження впливу пандемії коронавірусу на розвиток туристичного бізнесу та у запропонуванні такого засобу підтримки мікропідприємств туристичної сфери Запорізької області, як створення інформаційно-консультаційного хабу, покликаного стимулювати туристичні компанії мікробізнесу до розробки посткоронавірусної стратегії розвитку.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що поява на базі НУ «Запорізька політехніка» інформаційно-консультаційного хабу створить найбільш сприятливі умови для адаптації сфери гостинності України до кризового стану в туризмі. Крім того, наявність на території вітчизняних регіонів таких інтеграційних структур значно полегшить вирішення організаційно-фінансових питань, пов'язаних з формуванням регіональних банків даних медичних формальностей і мереж інформаційного супроводу туристичної діяльності, зокрема державного управління інформаційним забезпеченням туристичної діяльності (довідка № 2/21 від 16.11.2021 р.). Також матеріали кваліфікаційної дипломної роботи магістра можуть бути використані у навчальній дисципліні бакалавріату «Міжнародний туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Всеукраїнських науково-практичних конференціях «Туризм і рекреація: наука, освіта, практика» (м. Мукачеве, 27 квітня 2021 р.) [11] та «Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні» (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) [12], Щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка» «Тиждень науки» (м. Запоріжжя, 19-23 квітня 2021 р.) [30] за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (57 найменувань) та додатків (3 позиції). Загальний обсяг роботи становить 112 сторінок комп'ютерного тексту (4,5 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 100 сторінках (3,9 авт. арк.). Робота містить 9 таблиць та 14 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ПАНДЕМІЯ КОРОНАВІРУСУ COVID-19 ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туристичний бізнес – одна з найдинамічніших галузей, що швидко розвиваються у світовому господарстві. Туризм входить до трьох найбільших експортних галузей, поступаючись нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню. На даний час туризм найрентабельнішою сферою світового господарства. Туристичний бізнес привабливий для підприємців з таких причин:

- невеликі стартові інвестиції;
- зростаючий попит на туристичні послуги;
- високий рівень рентабельності;
- мінімальний строк окупності витрат.

Ефективність туризму складається з таких аспектів:

1. Туризм – джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни.
2. Туризм розширює внески в платіжний баланс країни.
3. Туризм сприяє диверсифікованості економіки, розвиваючи галузі, що обслуговують сферу туризму: будівництво, торгівлю, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо [7].

Крім прибутковості, туризм є могутнім чинником посилення престижу країни. Крім того, туризм має соціальне значення як фактор підвищення освітнього рівня людей. Туристична галузь впливає на міжнародні зв'язки, стабілізуючи відносини між країнами та регіонами.

Коронавірусна криза вдарила по туристичній галузі в усьому світі. В Україні ситуація з туризмом ускладнюється ще й тим, що цей бізнес мав певні проблеми і до карантину. Розвиток туристичної сфери не можна було назвати задовільним і до коронавірусної кризи, адже потенціал туристичної галузі в Україні і досі повноцінно не реалізований. У той час як в світовій економіці туризм становить близько 10% ВВП, в Україні це менше 2%.

Це означає, що туризм впливає на зростання української економіки значно менше, ніж мало б бути. Водночас, туристична галузь є важливою ще й тому, що туризм дає доходи іншим галузям – готельний бізнес, пасажирські перевезення, громадське харчування, торгівля, сфера розваг та культури тощо [5].

Пандемія коронавірусу, яка охопила світ у 2020 році, докорінно змінила життя жителів усього світу. Причому зміни торкнулися не лише світової економіки, а й роботи та доходів, і навіть таких речей, як спосіб життя, дозвілля і спілкування.

Коронавіруси (лат. Coronaviridae) – сімейство РНК-вірусів, що включає 43 види, об'єднаних у дві підродини. Вражають ссавців (включаючи людину), птахів і земноводних. Назва пов'язана з будовою вірусу, шиповидні відростки якого нагадують сонячну корону. Відомо 7 типів коронавірусу, небезпечних для людини: HCoV-229E, HCoV-NL63, HCoV-OC43, HCoV-NKU1, SARS-CoV, MERS-CoV і SARS-CoV-2 бетакоронавірус В, виявлений в другій половині 2019 року, що викликав пандемію пневмонії нового типу COVID-19 і до весни 2020 року став всесвітньою проблемою, в результаті чого було закрито багато кордонів і введені екстрені заходи безпеки (карантин, сувора ізоляція, носіння масок тощо) [19].

Історія цього «сімейства», яке так радикально змінило відносно спокійний хід подій на планеті, сягає своїм корінням в першу половину минулого століття. Саме тоді були відкриті перші коронавіруси. Перший коронавірус людини, HCoV-B814, був ізолюваний в 1965 р. і до теперішнього часу, на жаль, не зберігся в вірусологічних колекціях. Спочатку коронавіруси представляли собою лише суто ветеринарну проблему. У той час вважалося, що з епідемічної точки зору, вони не становлять особливої небезпеки для людини [28].

До початку ХХІ ст. науковому співтовариству довелося переглянути свої уявлення про значення коронавірусів в житті людства. У 2002 р. вірус важкого гострого респіраторного синдрому (SARS-CoV) проник в популяцію

людей з популяції кажанів в Південно-Східній Азії. Пізніше, в 2012 р., були відкриті природні осередки вірусу Близькосхідного респіраторного синдрому (MERS-CoV) на території Аравійського півострова. У перші два десятиліття XXI століття було відкрито значну кількість нових представників Coronaviridae, але все це поки не віщувало великої біди. Людство поки що досить мирно співіснувало з коронавірусами.

Все змінилося на рубежі 2019 – 2020 рр. коли в м. Ухань (китайської провінції Хубей) виникла, а потім і поширилася світом епідемія COVID-19 (Coronavirus disease 2019), етіологічно пов'язана з вірусом важкого гострого респіраторного синдрому 2 типу (SARS-CoV-2). Це викликало новий різкий підйом інтересу до коронавірусу. Стало зрозуміло, що коронавірусна хвороба 2019 (COVID-19) являє собою реальну кризу суспільної охорони здоров'я глобального масштабу. Світ не був готовий до цього катаклізму [28].

Еволюційний аналіз людського генома показав, що предкам сучасних жителів Східної Азії багато років тому довелося пережити епідемію захворювання, викликаного різновидом коронавірусу, дуже схожого за своїми характеристиками з відомим нам вірусом COVID-19. Можливо, це була справжнісінька пандемія, яка охопила територію нинішнього Китаю, Японії, Монголії, Північної і Південної Кореї, Тайваню. На жаль, немає даних про те, як поширювалася ця інфекція, намагалися її лікувати і чим, скільки народу померло від цієї хвороби. На щастя для наших предків в ті давні часи віруси навряд чи могли за короткий термін вразити всю земну кулю. Чисельність населення Землі була тоді набагато меншою, а засіб пересування були недосконалими, і тому процеси міграції і, відповідно, поширення інфекції відбувалися вкрай повільно. На жаль, у сучасному світі хвороба розповсюдилася достатньо швидко [19].

Зараз стало ясно, що найбільш часто зустрічаються у пацієнтів з COVID-19 симптоми, це кашель, лихоманка і задишка, тобто симптоми респіраторних захворювання. Пізніше у пацієнтів з COVID-19 з'явилися і інші важливі клінічні прояви. Наприклад, високий кров'яний тиск, тромбози,

емболія легеневої артерії. Ці симптоми прямо вказують на те, що вірус націлений на ендотелій, один з найбільших органів людського тіла. Важливим є те, що він рівномірно розподілений по всьому людському організму. Отримані клінічні дані і дані лабораторних аналізів ясно вказують на те, що ендотелій є ключовим органом-мішенню для COVID-19.

Безумовно, пандемія коронавірусу – явище незвичайне: воно виходить за межі регулярних епідемій грипу та ОРВІ, які світ переживає щорічно. І, мабуть, це явище потребує спеціального вивчення, в тому числі в аспекті джерела походження цього феномену. Адже цей вірус має, вочевидь, цілу низку серйозних відмінностей (мутацій), які роблять його особливо небезпечним в аспекті поширення.

Отже, спалах коронавірусної хвороби 2019 (COVID-19) почався в Ухані, сьомому за величиною місті в Китаї, населення якого перевищує 11 мільйонів людей. Це головний транспортний вузол у центральному Китаї, приблизно за 1000 км на південь від Пекіна, за 600 км на захід від Шанхая і за 900 км на північ від Гонконга. Прямі авіарейси пов'язували Ухань з країнами Європи (6 рейсів до Парижа, 3 до Лондона та 5 до Рима щотижня), Азії, Австралії, Північної Америки. Занепокоєння посилювалося очікуванням великої кількості мандрівників на китайський Новий рік, який розпочинався 25 січня 2020 року [24].

Перший випадок коронавірусної хвороби у США був підтверджений у штаті Вашингтон 21 січня 2020 року. На момент оголошення пандемії (11 березня), в США інфікування зазнали 1285 осіб (8-й показник у світі), з них 36 – померли (7-й показник у світі). 13 березня США ввели надзвичайний стан, а з 17 березня зупинили пасажирське сполучення з Британією. 22 березня 2020 р. США вийшли на третє місце в світі за кількістю хворих після Китаю та Італії, число інфікованих перевищило 26 тис. осіб, а вже 26 березня з кількістю понад 82 тис. осіб – на перше [16].

Вогнищем у Європейському Союзі стала Італія весною 2020 р. Попри пропозиції закрити кордони всередині Шенгенської зони, влада країни

зволікала з цим рішенням. Невдовзі епідемія охопила Німеччину, Францію, Іспанію. Станом на 13 березня Європа стала центром пандемії, де реєструвалися сотні нових інфікованих, порівняно з лише 11 осіб за добу в Китаї. При цьому до 55% випадків імовірно залишилися незадокументованими. 16 березня 2020 р. ЄС ввів на 30 днів повну заборону на всі поїздки без поважної причини на свою територію [16].

В Італії епідемія досить швидко поширилася із північних регіонів країни на всю країну. Спочатку карантин був введений тільки в деяких містечках півночі Італії, потім у північних регіонах і згодом, на всій території країни. Вже із середини березня 2020 року Італія вийшла за темпами поширення вірусу на третє місце в світі після Ірану, а потім і на друге після Китаю і в кінці березня на друге місце після США, обійшовши Китай. У країні була найвища у світі смертність серед інфікованих – близько 8%, в той час, як у Китаї близько 3% і менше 1% в Німеччині. Таку високу смертність пов'язують із тим, що італійці дуже контактні люди (вони цілуються при зустрічі, навіть із незнайомцями; дуже часто ходять у гості один до одного) та Італія має найстаріше населення на Землі після Японії. Абсолютна більшість померлих (за даними Bloomberg 99%) мали хронічні хвороби. Причому середній вік померлих 79,5 роки.

Епідемія досягла максимальних позначок наприкінці березня, коли щоденно фіксували до 900 інфікованих, а загальна кількість перевищила 100 тисяч, з яких 11 тисяч – померли. За кількістю померлих Італія займала перше місце у світі з 19 березня по 7 квітня 2020 р., і друге за кількістю інфікованих (поступаючись Китаю, а з 26 березня – США). Медична система Італії із середини березня перестала справлятися із великою кількістю хворих, а близько 20% лікарів виявилися хворими. У травні пандемія в Італії пішла на спад, було послаблено карантин [39].

Перший підтверджений випадок на території Британії було виявлено 31 січня 2020 у Йорку, Північний Йоркшир, хворий інфікувався під час перебування в Італії. На відміну від більшості країн Європи у Британії

початково було оголошено, що населення має перехворіти на новий вірус і виробити до нього імунітет. Згодом від цієї ідеї відмовилися і 23 березня, коли в країні було близько 8 тисяч інфікованих, ввели карантин. 6 травня в Британії було зафіксовано 30 тисяч летальних випадків, за цим показником країна посіла перше місце в Європі і друге місце, поступаючись США з 70 тисячами випадків.

Першу інфіковану особу в Україні виявлено 3 березня 2020 року. 16 березня Кабінет Міністрів оголосив карантин і заходи для боротьби з епідемією. 20 березня вилікувався перший хворий в Україні. Ним виявився 39-річний чоловік із Чернівців. Упродовж 4,5 місяців, з квітня по серпень 2020 року, Україна за кількістю інфікованих піднялась з 53 на 26 місце у світі, а до квітня 2021 – до 21-го. На сьогодні, на жаль, Україна є лідером серед країн Європи за кількістю померлих від коронавірусу [22].

Пандемія COVID-19 не тільки спричинила кілька мільйонів смертей по всьому світу, але і негативно вплинула на тривалість життя. Згідно з даними дослідження Оксфордського університету, тривалість життя в деяких країнах скоротилася більш різко, ніж за десятиліття. Дослідники оцінили дані з 29-ти країн. У 2020 р. середня тривалість життя у 27 країнах скоротилася більш ніж на пів року у порівнянні з 2019 роком. Найбільше страждають чоловіки у США: згідно з дослідженням, тривалість їхнього життя скоротилася на понад два роки. На другому місці чоловіки в Литві – тривалість їхнього життя скоротилась на 1,7 року [27].

При вивченні поширення інфікування на SARS-CoV-2 та захворювання COVID-19 було виявлено, що чоловіки частіше за жінок інфікуються, хворіють та помирають. Ці дані підтверджуються практично в усіх країнах, хоча і різняться залежно від епідеміологічних чинників. Перші результати було отримано в Китаї, де смертність (без урахування віку) становила 2,8% для чоловіків і 1,7% – для жінок. В Італії ризик захворіти для чоловіків був утричі вищим, ніж для жінок. У штаті Нью-Йорк (США) летальність була 42% для жінок проти 58% для чоловіків [16].

На даний момент політичні рішення країн світу щодо реакції на пандемію діляться на дві групи. Перша – ізоляція хворих та заражених без запровадження карантину і припинення пересування громадян. Друга – більш жорсткі заходи, запровадження карантину, обмеження пересування громадян, закриття публічних закладів аж до повного припинення будь-якої ділової чи соціальної активності. Наразі уряди більшості країн обирають другий варіант дій, тобто суворі заходи контролю та обмеження. На це їх спонукають як успіхи Китаю, який завдячуючи жорстким діям зумів зупинити стрімке поширення вірусу, так і панічні настрої у світі і брак інших ефективних інструментів боротьби з пандемією. Разом з тим, подібні жорсткі заходи мають дуже високу економічну ціну, є сумніви щодо їх ефективності у середньостроковій перспективі, враховуючи, що епідемія має свою циклічність і повертається через деякий час [16].

Будь-яка повторна ізоляція нестиме нові як економічні, так і психологічні втрати й неприйняття їх з боку суспільства та бізнесу. Альтернативою економічно і соціально проблемним заходам жорсткого реагування може бути або винайдення і впровадження вакцини, або концепція вироблення «колективного імунітету», або вироблення нової моделі суспільної організації життя і праці – «віртуальної політики і економіки», «соціального дистанціювання», «віддаленого режиму роботи і доступу».

Концепція формування «колективного імунітету» (тобто дати можливість більшості перехворіти) популярна серед «прогресивних» країн Європи, особливо на фоні заяв ВООЗ щодо низької ефективності обмежень на поїздки й торгівлю. У ВООЗ зазначають, що дотримання елементарних правил гігієни дає більший ефект, ніж обмежувальні заходи, економічні ж наслідки жорсткого режиму ізоляції можуть мати не набагато кращі наслідки, ніж пандемія. М'який підхід також є проблемним з точки зору управління поточними політичними ризиками, тому навіть такі країни як Велика Британія, Нідерланди чи інші поступово переходять до жорсткіших заходів.

У цьому відношенні мало приділяється уваги досвіду Південної Кореї, яка станом на сьогодні найкраще дала відповідь поширенню пандемії [18].

Аналіз дій країн світу щодо пандемії засвідчив, що першочерговими заходами мають бути масові тестування населення для визначення зон небезпеки та їх швидкої ізоляції, щоб вводити карантин не по всій країні, а саме в небезпечних районах. Важливим є визначення тих людей, які перехворіли й мають відповідні антитіла (імунітет) і не потребуватимуть ізоляції та зможуть проводити звичайну господарську діяльність. Позитивним став досвід використання високих технологій для відстежування здоров'я громадян, на зразок тих, які використовує Китай та Південна Корея (спеціальне програмне забезпечення). Все більше уваги зараз приділяється розгортанню виробництва власними потужностями критичного медичного устаткування, інвестицій в управління та розвиток інфраструктури власної системи охорони здоров'я, вдосконалення протоколів лікування, розробку вакцин та нових лікарських препаратів [16].

Коронавірус і жорсткі заходи упередження поширення вірусу матиме негативний вплив на економіку чи не більший, ніж на громадське здоров'я. З наявних даних (падіння промислового виробництва в Китаї на майже 20%, роздрібна торгівля більш ніж 20%, інвестиції на 24%, падіння промислового виробництва США на 12,5%, очікуване загальне скорочення національних ВВП від 3% і більше тощо) вже очевидно, що економічний занепад буде значно глибший, а наслідки – гірші, ніж це прогнозували навіть найбільш скептично налаштовані аналітики. З огляду на таку ситуацію уряди провідних країн світу розроблюють масштабні пакети допомоги своїм економікам [5].

Ще на початку пандемії міжнародні фінансові інституції вже оголосили виділення фондів на боротьбу з коронавірусом, його поширенням і наслідками:

– Міжнародний валютний фонд – \$50 млрд., для підтримати найбільш постраждалих країн і вразливих економік, бідних країн і тим, які мають

середній рівень доходу зі слабкими системами охорони здоров'я;

- Світовий банк – \$12 млрд., задля ефективних заходів у відповідь на коронавірус;

- ще \$10 млрд., виділять Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Міжнародна асоціація розвитку, Міжнародна фінансова корпорація [21].

Головні рекомендації ЄС:

- запровадження «соціального дистанціювання», у тому числі, закриття шкіл, обмеження фізичної присутності на робочих місцях для виконання некритично важливих функцій, карантин, ізоляція та/чи самоізоляція, санітарні кордони, забезпечення фізичного дистанціювання осіб на роботі, у громадському транспорті, магазинах тощо на відстань у декілька метрів, обмеження рукостискань, обіймів тощо. ЄК вважає, що соціальне дистанціювання зменшить інфікування у 8 – 10 разів. Разом з тим, соціальне дистанціювання не має призводити до значних економічних втрат, задля чого окремо наголошується на іншому пункті – обмеження пересувань, які не є суттєвими;

- обмеження «несуттєвих пересувань» – тобто інших пересувань окрім поїздок чи походів у аптеку, лікарню, магазин чи на роботу. Останнє і є найважливіше: ЄС та більшість країн ЄС дотримуються позиції, що обмежувальні заходи можуть тривати значний період часу – від декількох місяців до двох років, а отже не повинні призводити до значних економічних проблем та соціальних катаклізмів. Задля цього роботодавці мають визначити, присутність яких саме співробітників та протягом якого часу критично важлива для збереження економічної активності [32].

Фінансові заходи та/або заходи підтримки бізнесу/громадян:

- ЄС на боротьбу з коронавірусом планує витратити 25 млрд. євро. В Європейській комісії розраховують, що 7,5 млрд. євро ЄС виділить із власних коштів, щоб якомога швидше допомогти країнам, які найбільше постраждали від епідемії коронавірусу: Італії, Франції та Німеччині;

- Європейський центральний банк запустив екстрений пакет допомоги

обсягом 750 млрд. євро, щоб полегшити вплив пандемії коронавірусу. Він купуватиме державні борги та борги компаній в єврозоні, зокрема в Греції та Італії [34].

«Віртуалізація і націоналізація» економіки, збільшення ролі держави. У той час, коли основна увага зараз зосереджується на фінансових стимулах – у середньому очікується, що на них буде витрачено біля 1% ВВП – в ЄК та європейських аналітичних центрах також розпочалися дискусії щодо «post-COVID-19 есопому» – яким чином буде змінено економічну модель розвитку під впливом пандемії. Серед ключових ідей, які зараз обговорюються:

- «віртуалізація» економіки – перенесення значної кількості ділової активності у віртуальний світ, масове запровадження дистанційної роботи, збільшення частки у сфері послуг, де не потрібен особистий контакт, запровадження жорстких санітарно-епідеміологічних норм і заходів там, де не можливо відмовитись від особистих контактів, збільшення роботизації виробничих процесів тощо;

- обмеження готівкових операцій, масовий перехід до безготівкових операцій;

- «націоналізація» економіки, концентрація критично важливих виробничих ланцюжків всередині економік, обмеження чи зниження частки глобальних торгових операцій;

- зростання ролі держави, націоналізація чи викуп проблемних або критично важливих підприємств тощо [42].

Розглянемо, які обмеження вводили країни на початку пандемії.

Австрія. Обмежувальні заходи: заборонені всі масові заходи; заборонено збиратися групами понад п'ять осіб; закриті усі бари й ресторани; запроваджено обмеження на в'їзд до країни. Обмежувальні заходи вводились двома пакетами.

Перший великий пакет заходів був прийнятий 10 березня та передбачав, зокрема, заборону проведення масових заходів за участю понад 500 осіб на відкритому повітрі та понад 100 осіб у приміщенні. Це

стосувалося як громадських культурно-розважальних та спортивних заходів, так і приватних урочистостей (святкування дня народження чи весілля), а на порушників чекав адміністративний штраф у розмірі 1450 євро. Також було прийнято рішення про закриття ЗВО, а всіх роботодавців закликали перевести працівників на дистанційний режим роботи. На виконання цих рішень в Австрії припинили роботу великі музеї, театри, філармонії та опери, передчасно завершилася хокейна ліга, призупинила матчі футбольна бундеслига, розпочалося закриття гірськолижних курортів [34].

З понеділка, 16 березня 2020 р., почав діяти новий пакет заходів, який де-факто перевів Австрію в режим карантину. У країні припинили роботу всі торговельні точки, за винятком продуктових магазинів, аптек, АЗС, пошти, банків та центрів мобільного зв'язку. Також закрилися школи й дитсадки (залишено можливість опіки за дітьми, батьки яких перебувають на службі, наприклад, поліцейські та лікарі). У церквах припинено відкриті богослужіння. Введено заборону на зібрання людей на вулицях у кількості понад 5 осіб. Від громадян вимагалось перебувати в домашній самоізоляції й виходити з дому лише у трьох випадках: з невідкладної професійної діяльності, за продуктами чи в аптеку, або ж для допомоги іншим людям. Прогулянка вулицею, в разі необхідності, дозволена, однак лише наодинці, або з людьми, з якими є спільне проживання у квартирі. Заборонена робота спортивних й ігрових майданчиків та інших майданчиків громадського використання. У федеральній землі Тіроль, що на кордоні з Італією введено де-факто комендантську годину. Обмеження руху громадського транспорту в країні не було [5].

В Австрії було призупинено демобілізацію військовослужбовців строкової та альтернативної цивільної служби. Мобілізації підлягали громадяни, які протягом останніх 5-ти років проходили альтернативну цивільну службу. Військовослужбовців почали залучати до підтримки спрямованих на боротьбу із COVID-19 заходів цивільних органів влади. Громадянам із підозрою на COVID-19 наказано інформувати про це

медслужби телефоном, а не приходити самостійно в клініки.

Покарання: за порушення зібрань на вулиці можливий адмінштраф у розмірі до 2180 євро, за порушення заборони щодо використання спортмайданчиків – до 3600 євро. В той же час на подолання наслідків кризи, пов'язаної з поширенням коронавірусу, австрійська влада виділила 4 млрд. євро [34].

Бельгія. Обмежувальні заходи:

- жорстка рекомендація не покидати домівок за перших ознак захворювання;

- всі учні шкіл, університетів та дошкільних закладів були направлені на карантин, щоправда, в школах були організовані групи для дітей, за якими батьки не можуть доглядати протягом робочого дня;

- закриті всі кафе, ресторани, кінотеатри, скасовані концерти, спортивні змагання та інші заходи за участю великої кількості людей. Обмеження торкнулися роботи торговельної мережі – продовжили працювати лише продовольчі супермаркети та аптеки, всім іншим магазинам було рекомендовано обмежити часи роботи та не працювати у вихідні дні;

- скорочено кількість поїздів, у громадському транспорті перестали продавати квитки за готівку та обмежили контакт водіїв із пасажирями;

- рекомендовано дітям та молодим людям уникати контактів з літніми людьми. Адже вірус, який може минути непомітно для перших, може стати фатальним для других. Це правило розповсюджується й на родини також [5].

Покарання: жорсткі покарання за порушення рекомендацій без належної на це причини – 700 євро. Штрафували на вулицях чи у парках людей, які збиралися групами від 3 осіб.

Велика Британія. На перших порах уряд анонсував ізоляцію найбільш вразливої групи населення – людей старше 70 років, їм заборонили виходити з дому і приймати гостей, їжу і ліки пенсіонерам доставляють. Всім іншим категорія громадян рекомендували уникати необов'язкових соціальних контактів і працювати з дому, але не в наказовій формі. Британські вчені

відзначили, що закриття шкіл, кордонів і заборона масових заходів не довели свою ефективність і запропонували взяти курс на створення «колективного імунітету», адже велика частина людей легко переносить хворобу, тобто перехворівши вони матимуть імунітет, а тим часом влада захищає найбільш вразливі групи населення.

Проте згодом британський прем'єр Борис Джонсон був змушений закрити кордони королівства та рекомендувати всім компаніям і фірмам за можливості перейти на віддалений режим роботи. Було закрито частину станцій лондонського метро. Влада Лондона зменшила кількість автобусів. Мер міста Садік Хан заявив, що люди не повинні подорожувати [33].

Фінансові заходи та/або заходи підтримки бізнесу/громадян:

- уряд доручив низці великих промислових компаній негайно перейти на випуск необхідних систем штучної вентиляції легенів та іншого обладнання, яке ефективно бореться з поширенням вірусів, подібних COVID-19;

- Британський уряд виділив на підтримку бізнесу 330 мільярдів фунтів стерлінгів. У британському Мінфіні заявили, що ці кошти спрямовані на підтримку найбільш вразливих категорій населення та самозайнятих осіб, чії доходи можуть різко впали через епідемію коронавірусу. Частину коштів також отримала Національна система охорони здоров'я, а частину спрямували на підтримку британської економіки. Будь-який підприємець, якому потрібні гроші для оплати оренди, виплати зарплат та інших витрат, мав змогу отримати кредит на хороших умовах. Уряд підтримав авіакомпанії та аеропорти, які найбільш сильно постраждали від введення в різних країнах карантину й закриття кордонів. Не менш сильно від коронавірусу постраждали паби, клуби та театри. Їм уряд виділив разові гранти в розмірі до £ 25 тис., щоб вони змогли пережити цей непростий час і не збанкрутувати. Інший малий бізнес міг розраховувати на разові гранти в розмірі до £ 10 тис. Також малий бізнес на час локдауну звільнений від сплати державного податку. Домовласникам, що зазнають через коронавірус фінансові труднощі, уряд дозволив три місяці не платити за іпотечними

кредитами [34].

Іспанія. Обмежувальні заходи:

– іспанці могли виходити на вулицю тільки для того, щоб купити ліки та їжу, їздити на роботу, якщо в цьому є крайня потреба, ходити в медичні заклади й банки. Також були дозволені поїздки для догляду за дітьми або літніми людьми. З будинку можна вийти, щоб вигуляти домашню тварину. Дехто для цієї мети здавав своїх улюбленців в оренду, інші виходили на вулицю з іграшками;

– Іспанія закрила кордони для іноземців та обмежила подорожі всередині країни;

– уряд закрив дитячі садочки, школи та університети;

– закрилися ресторани, готелі, бари і торгово-розважальні центри. Протягом декількох днів відбувалися масові сутички між місцевою поліцією та іноземними туристами, які протестували проти закриття ресторанів і барів. Постраждали десятки людей. Правоохоронцям так і не вдалося забезпечити виконання всіх заходів, передбачених урядом країни;

– у Мадриді поліція використовувала дрони з гучномовцями, закликаючи жителів залишатися вдома;

– під заборону також підпадали заняття спортом на вулиці, і були відомі випадки, коли поліція затримувала тих, хто робив спортивні пробіжки та велосипедні тренування;

– три автономії Іспанії – Каталонія, Валенсія та Балеарські острови – вважали запроваджені заходи недостатніми й вимагали у центрального уряду дозволу повністю закрити свої кордони, перекривши дороги й припинивши залізничне та авіасполучення з іншими частинами країни [34].

Покарання:

– за порушення правил карантину передбачені штрафи від 100 до 30000 євро, сюди ж входить відмова від ідентифікації на вимогу поліцейського;

– опір і непокір предстваникові влади в умовах надзвичайної ситуації обійдеться до 600 тисяч євро або року позбавлення волі. Поліція в Іспанії

могла зупиняти будь-кого і питати, куди та з якою метою він іде.

Італія. Обмежувальні заходи:

- було запроваджено карантин на всій території країни;
- уряд країни призначив спеціального комісара з надзвичайного реагування щодо протидії поширення коронавірусу;
- уряд попросив італійців за можливості не залишати свої оселі;
- влада заборонила в'їзд іноземцям та обмежила пересування між населеними пунктами;
- поліція отримала право вимагати підтвердження необхідності поїздки;
- в рамках карантину тимчасово закриті навчальні заклади, кіно, театри, музеї, ТРЦ, бари, стадіони та спортзали. Крім цього запроваджено заборону на масові заходи, включаючи похорон і весілля;
- торгівлю продовжували тільки продуктові магазини і аптеки, однак покупці повинні були дотримуватися дистанції в один метр;
- обмежена робота громадського транспорту [34].

Покарання: порушникам карантину загрожував штраф 206 євро або три місяці в'язниці; порушення карантину інфікованою особою – до 21 року в'язниці; неправдиві дані щодо причин переміщення поза карантинною зоною – від одного до шести років в'язниці.

Уряд планував виділити на підтримку економіки, що потерпає від коронавірусу, додатково 25 млрд. євро. Прем'єр-міністр країни Джузеппе Конте заявив, що сума у 25 млрд. євро буде використана не відразу – економіці в найближчому майбутньому знадобляться гроші, щоб впоратися з усіма труднощами в цій надзвичайній ситуації. Також уряд обіцяв влити в економіку країни 340 мільярдів євро державних коштів [10].

Німеччина. Обмежувальні заходи:

- Німеччина частково закрила кордони з сусідами й закликала громадян відмовитися від будь-яких поїздок;
- на перших парах дана країна не вводила жорсткий карантин. Крім

магазинів з їжею, ліками та предметами першої необхідності, продовжували працювати ресторани й готелі, щоправда, з часовими обмеженнями. Проте, з 17 березня закрили бари, кінотеатри та басейни, а з 18 березня – магазини, які не надають основних послуг;

- закрили спортивні поля та ігрові майданчики. Школи, дитячі садки та університети тимчасово припинили роботу, як і берлінські клуби. Заборонені релігійні обряди в церквах, мечетях та синагогах;

- магазини з продажу харчових продуктів та товарів першої потреби, аптеки, АЗС, банки можуть залишатися відкритими до 22:00 у будні та 18:00 у неділю;

- федеральна німецька земля Баварія оголошена зоною катастрофи через кризу з поширенням коронавірусу. Чергові місцеві вибори в Баварії, які відбулися наприкінці березня 2020 р., були проведені через голосування поштою [16].

Покарання: порушення правил карантину карається штрафом до 450 тисяч євро або позбавленням волі на термін до 2 років.

Канцлер Німеччини Ангела Меркель оголосила про виділення 550 млрд. євро на урядові кредити.

Нідерланди. Обмежувальні заходи:

- не працювали школи, садочки, вищі навчальні заклади та заклади харчування. Діяло таке рішення до 6 квітня 2020 року. Відвідувати школи та дитсадки могли лише діти медиків, поліцейських, працівників супермаркетів, тобто тих, хто не може працювати вдома;

- ресторани та кафе готували їжу для своїх клієнтів лише з собою. Супермаркети та магазини продовжували роботу;

- діяла заборона на зібрання понад 100 людей. Разом з тим, влада закликала людей дотримуватися дистанції між собою, не підходити ближче, ніж на 1,5 метра, а також піклуватися одне про одного, насамперед про людей похилого віку, які перші у групі ризику;

- було заборонено відвідувати затриманих, які перебувають у місцях

позбавлення волі, дозволено спілкування лише телефоном;

- лікарі відкладали нетермінові операції та обстеження, щоб забезпечити невідкладну допомогу хворим на коронавірус;

- у Нідерландах були заборонені пасажирські рейси з Китаю, Ірану, Італії та Південної Кореї [34].

Нідерланди та Франція вже заявили, що вивчають можливості надання допомоги Air France – KLM, щоб компанія пережила кризу. Також влада Нідерландів пообіцяла надати підтримку підприємцям, які постраждали через коронавірус [29].

Сербія. Обмежувальні заходи:

- влада заборонила вихід на вулицю особам старше 65 років. Для літніх людей, які проживають в селах і містечках з населенням менш як 5000 осіб, віковий бар'єр трохи вище – заборона поширюється на всіх, хто старше 70 років;

- раніше в Сербії було введено надзвичайний стан, але цей режим постійно порушувався. Президент країни Олександр Вучич ввів ще й комендантську годину. Контроль за дотриманням жорстких заходів покладено на сербську армію;

- школи в країні перейшли на дистанційне навчання. Було перенесено терміни проведення державних іспитів, а також сесій у ЗВО, закривалися студентські гуртожитки.

Фінансові заходи та/або заходи підтримки бізнесу/громадян: банк Сербії ввів тримісячну відстрочку на погашення всіх видів кредитів [34].

Естонія. Обмежувальні заходи:

- введено режим надзвичайної ситуації, запроваджено карантин;
- заборонено в'їзд іноземцям;
- заборонено публічні заходи і збори;
- закрито школи та інші освітні установи. Роботу продовжують тільки дитячі садки;
- закрито кінотеатри, театри, музеї, спортзали;

– торговельні центри працювали за скороченим графіком, продуктові магазини й аптеки – за повним [34].

Латвія. Обмежувальні заходи:

- скасовано всі публічні заходи;
- торговельні центри скорочують час роботи;
- на ринках прибирання та дезінфекція проводяться частіше, аніж раніше, наприклад, на Ризькому центральному ринку – щогодини;
- суди розглядатимуть лише термінові та найважливіші справи;
- школи оперативно розробляли заходи щодо організації дистанційного навчання. У дитсадках діяли тільки чергові групи, однак батькам рекомендовано за можливості не відводити дітей до садочків;
- міжміські автобуси скорочували кількість рейсів (міжнародні рейси були заборонені зовсім) [39].

Литва. Обмежувальні заходи:

- закриті всі освітні й дошкільні заклади, дитячі центри дозвілля (а також центри для літніх людей та інвалідів). Дітей перевели на дистанційне навчання;
- заборонено торгівлю в магазинах, які не продають продовольчі товари. Працювали продовольчі магазини і ринки, аптеки та ветеринарні магазини-аптеки;
- держустанови не повинні були надавати необов'язкові послуги;
- заборонено відвідування пацієнтів у лікарнях, за винятком малолітніх дітей (якщо є дозвіл лікаря). Відкладалися всі планові операції, за винятком термінової медичної допомоги;
- обмежено потік пасажирів у міжміському транспорті, між пасажирями повинна дотримуватися відстань не менше 1 метра, транспортні засоби регулярно дезінфікують;
- повідомлено, що приміщення готелів можуть використовуватися для ізоляції людей – за домовленістю з муніципальними постачальниками послуг.

Польща. Польща стала однією з перших європейських країн, яка почала запроваджувати заходи з протидії коронавірусу ще до того, як у країні був зафіксований перший випадок зараження.

Було оголошено стан епідеміологічної загрози і розпочалося створення мережі інфекційних лікарень для протидії коронавірусу. У країні було тимчасово припинено навчання у школах, вишах, роботу культурних закладів та розважальних закладів.

На внутрішніх кордонах з країнами ЄС запроваджено санітарний контроль, а вже через три дні Польща закрила свої кордони для іноземців, а всіх громадян країни, які поверталися з-за кордону, зобов'язала добровільно пройти карантин [42].

Епідемія коронавірусу в Польщі збіглася з активною фазою президентської виборчої кампанії. Хоча офіційно кампанію ніхто не скасовував, усі кандидати фактично припинили масові зустрічі з виборцями й багато хто з них закликав перенести вибори з травня на пізніший термін (і таки перенесли на 28 червня 2020 р.).

Сейм країни 3 березня 2020 р. ухвалив спеціальний закон щодо протидії коронавірусу. Законом передбачається, зокрема, що працедавець зможе доручити працівнику дистанційне виконання роботи. В умовах закриття шкіл і дитсадків батьки, які братимуть звільнення на роботі для догляду за дітьми, отримуватимуть матеріальну допомогу до 14-ти днів. Крім того, документом було визначено прискорений алгоритм закупівлі медикаментів для протидії коронавірусу без необхідності проведення тривалих за часом тендерів, а також спрощений алгоритм будівництва й переобладнання приміщень під медичні заклади без необхідності дотримання всіх будівельних норм. Головному фармацевтичному інспектору надано право визначати максимальні ціни на певні медикаменти, необхідні для протидії коронавірусу, визначено порядок залучення армії до протидії поширенню інфекції, а також можливість перепланування бюджетних видатків. За порушення карантину загрожує штраф у розмірі 5 тисяч злотих

(приблизно 1150 євро) [34].

Введення карантинних заходів і локдаунів суттєво вплинуло на соціально-економічне становище країн світу. Масштабні карантинні обмеження у багатьох країнах, зупинка діяльності бізнесу, падіння економік та міжнародної торгівлі – все це можна охарактеризувати як прояви пандемічних шоків, суттєві зміни умов і змісту економічної та соціальної діяльності.

Серйозних збитків зазнала діяльність у сфері туризму та готельний бізнес: авіакомпанії скорочували рейси, а клієнти скасовували відрядження та відпустки. Туристичний бізнес відповідає за близько 10,4% світового ВВП. Під час епідемії коронавірусу саме він постраждав найбільше, зокрема через обмежувальні заходи, які запроваджували держави на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень, а тому світова туристична галузь за підсумками 2020 р. втратила 2,1 трлн. доларів прибутків. Якщо охарактеризувати тенденції зміни ВВП у 2020 р. за видами економічної діяльності, то можна зробити висновок, що найбільше постраждали: сфера тимчасового розміщення та організації харчування (–28,5%), надання послуг, в т.ч. туризму (–23,1%), транспортне та складське господарство (–16,4%). Натомість, такі сфери як будівництво (+5,2%), оптова і роздрібна торгівля (+4,9%), охорона здоров'я (+2,2%) характеризуються позитивною динамікою [54].

Ще однією проблемою, яка загострилася в умовах COVID-19, є ускладнення наслідків епідемії для країн третього світу у зв'язку із обмеженням доступу населення до окремих видів послуг, а також якості їх надання. За даними МВФ смертність від коронавірусу у країнах з низькою доступністю громадян до послуг охорони здоров'я, з точки зору можливості бути госпіталізованим при гострому перебігу захворювання, є значно вищою ніж в країнах з більш розвиненою економікою, системою охорони здоров'я та соціального захисту. Крім того, ступінь зараження вірусом, а відповідно і кількість смертей, серед бідного населення теж значно вище, ніж серед

населення із середнім та високим достатком [43].

Сфера освіти теж є однією із тих, на яку пандемія справила суттєвий вплив. І хоча, на перший погляд, втрати важко оцінити, проте наслідки можуть бути фатальними. Через закриття шкіл у 2020 р. втрати навчального часу складають приблизно 25% навчального року для розвинених країн та 50% – для країн з економіками, що розвиваються. До того ж, перехід на дистанційне навчання не у всіх країнах та місцевостях був організований максимально якісно. Та і сам процес дистанційної освіти, навіть при його високій організації, не може забезпечити тієї якості знань, умінь та навичок, яких школярі та студенти набувають в класах та аудиторіях у здоровому конкурентному навчальному середовищі. Експерти МФВ Д. Амаглобелі, В. Гаспар та П. Мауро стверджують, що для близько 6-ти млн. дітей наслідки відсутності можливості повноцінно навчатися можуть бути незворотними. І якщо економічні наслідки через призупинення виробництва, закриття кордонів тощо, до прикладу падіння ВВП, можна порахувати та оцінити зараз, то наслідки, в т.ч. і економічні, від втрат у сфері охорони здоров'я (кількості трудових ресурсів) та сфері освіти (якості трудових ресурсів) світ буде рахувати та оцінювати через багато років [20].

Пандемічні шоки відрізняються від економічних та фінансових криз. Останні зумовлені загостренням дисбалансів, накопичених в економіці та фінансовому секторі. Криза – це спосіб відновлення балансів економіки та фінансового сектору на основі ринкових сил та державного регулювання. Загальна характеристика пандемічних шоків відображає їх походження, зміст, вплив на економіку та суспільство [2]. Фактично в сучасних умовах проявився кластер пандемічних шоків з основними їх формами:

- психологічний шок як реагування на несподівану подію смертельно небезпечного коронавірусу в умовах відсутності перевірених ліків та вакцин, це спричинило сильний стрес та страх перед невизначеністю для населення;
- медичний шок в системі охорони здоров'я у результаті швидкого поширення коронавірусу COVID-19 в умовах відсутності ефективних ліків,

вакцин, недостачі медичних засобів, недостатніх можливостей лікарень;

- економічні шоки, спричинені запровадженням карантину, протидії розповсюдженню коронавірусу шляхом обмеження ділової та соціальної діяльності, що привело до скорочення виробництва товарів і послуг, рецесії економіки;

- фінансові шоки, спричинені надзвичайними витратами на протидію коронавірусу, підтримання бізнесу та зайнятості, соціальні витрати;

- соціальні шоки спричинили безробіття, закриття підприємств та перехід на дистанційну зайнятість, закриття дитячих садків, шкіл та переведення університетів на дистанційне навчання [29].

В умовах глобалізації пандемічні шоки швидко стали транскордонними та системними, зачіпають основні сфери соціального та економічного життя. Протидія коронавірусу – карантин, соціальна дистанція, обмеження колективних заходів, заморожування місцевих та міжнародних перевезень, припинення господарської діяльності, розрив соціальних комунікацій, відміна навчання у школах та університетах, скасування масових заходів та громадських послуг – сприяли генерації економічних шоків. Тому пандемічні економічні шоки значною мірою зумовлені урядовими рішеннями, а не ринковими дисбалансами, як це має місце у випадку економічних та фінансових криз.

Пандемічні шоки пропозиції проявилися в результаті заборони певних видів бізнесу – торговельних центрів, кафе та ресторанів, місцевого та залізничного транспорту, послуг дозвілля, фітнесу та спортклубів, салонів краси тощо. Багато послуг, які постраждали від цього, були традиційними сферами малого та середнього бізнесу, які фактично опинилися під великим тиском і не всі змогли вижити під час пандемії. Міжнародна торгівля серйозно порушилась і скоротилася на багатьох ринках та регіонах [43].

Пандемічні соціальні шоки зумовлені повною або частковою втратою робочих місць, переходом від традиційної до дистанційної організації різних робочих місць, звільненням мігрантів і частковим їх поверненням. Повне або

часткове звільнення зачепило 2,7 млрд. робітників, або 81% світової робочої сили на початок 2020 року. 1,25 млрд. робітників, або 38% світової робочої сили, знаходяться в секторах серйозного зниження виробництва і тому піддаються ризику [39].

Пандемічні фінансові шоки пов'язані з додатковими витратами на підтримку систем охорони здоров'я, втраченими доходами бізнесу, витратами на підтримку компаній та соціальний захист. Одночасно зростають фіскальний дефіцит та витрати на обслуговування державного боргу, обмежений доступ до міжнародних фінансових ринків, відбувається відтік капіталу з країн, що розвиваються, та зростаючих економік. Відповіді на фінансові шоки в різних країнах полягають у використанні поєднання монетарних та фіскальних заходів. Типовими монетарними інструментами були: зниження ставок центральних банків із метою підтримки кредитної діяльності, кількісне пом'якшення пропозиції грошей, екстрені гарантії та кредитні засоби, підтримка стабільності банків [43].

Додаткові гнучкі фінансові можливості були надані міжнародними організаціями – Міжнародним валютним фондом, Групою Світового банку, Європейським союзом, Європейським центральним банком – для країн із метою підтримки подолання відповідних фінансових шоків. Одним із наслідків пандемічних фінансових шоків є додаткове зростання внутрішньої та міжнародної заборгованості. Характер і масштаби глобальних потрясінь та пандемічного економічного спаду вважаються найбільш серйозними після Великої депресії 1929 – 1933 рр. та несуть більше втрат, ніж глобальна фінансова криза 2008 року [29].

Макроекономічні наслідки впливу пандемії на світову економіку:

- 1) інфляція, яка знецінює людські заощадження;
- 2) падіння цін на нафту;
- 3) спад виробництва, що призвів до скорочення світового ВВП на 4,36% порівняно з попереднім роком;
- 4) зростання світового рівня безробіття;

- 5) уповільнення темпів росту світової торгівлі;
- 6) порушенням функціонування світової транспортної системи, спричинили перебої у роботі міжнародних ланцюгів постачання, що призвело до негативних соціальних та економічних наслідків у відповідних країнах;
- 7) збільшення державних видатків на фінансування охорони здоров'я та виготовлення медичних виробів у цілому світі, що матиме значний вплив на інші частини державного бюджету. Це призведе до того, що країни Західної Європи, ймовірно, будуть змушені скоротити військові видатки;
- 8) рецесія ЄС та США дає шанс Китаю швидше зменшити різницю в своєму економічному потенціалі. Китай спробує перетворити застій у світовій торгівлі на користь для себе. Наприклад, китайські інвестори можуть бути зацікавлені у викупі високотехнологічних іноземних компаній, які зараз особливо сильно ослаблені кризою [29].

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на поведінку споживачів у всьому світі (мікроекономічні наслідки), зокрема:

- 1) пандемія загострила необхідність споживачів розмірковувати про соціальні наслідки індивідуального способу життя;
- 2) під час карантинних обмежень важкий доступ до товарів та послуг змусив споживачів переоцінити схеми та потреби своїх закупівель, оскільки виникла необхідність приділяти основну увагу товарам першої необхідності. Як наслідок, зріс попит на товари першої необхідності, проте різко знизився попит на товари вищої споживчої цінності;
- 3) пандемія змусила людей у всьому світі змінити свою фінансову поведінку відповідно багато людей через введення жорстких карантинних обмежень та закриття бізнесу змогли заощадити більше грошей;
- 4) пандемія спричинила невідповідність між споживацькими тенденціями та біофізичними потребами людей, адже під час введення жорстких карантинних обмежень поведінка багатьох споживачів стала тривожною, як результат, негативні очікування змусили споживачів панічно скуповувати велику кількість товарів першої необхідності (їжа, санітарно-

гігієнічні товари) [25].

З появою коронавірусної хвороби світова наука та фарміндустрія об'єднали потужності та інтелектуальні ресурси для пошуку ефективної вакцини. За безпрецедентно короткий час вчені в різних куточках світу розробили та розпочали дослідження вакцин проти COVID-19. Так, у грудні 2020 р. вакцина Pfizer отримала дозвіл на використання у США, низці інших країн і з цього розпочалась масова вакцинація. Розробка та вдосконалення вакцини є критично важливим завданням для світової системи охорони здоров'я. Починаючи із квітня 2020 року різними медичними установами та фармацевтичними компаніями було розробляло та тестувалися понад 40 препаратів, що потенційно мають захистити від COVID-19. На сьогоднішній день існує кілька вакцин від коронавірусу (див. табл. 1.1) [4].

Таблиця 1.1 – Порівняльна характеристика вакцин для протидії COVID-19

Компанія	Тип	Доза	Умови зберігання
Pfizer-BioNTech	РНК	x2	-70°C (6 місяців)
Moderna	РНК	x2	-20°C (до 7 місяців)
Oxford Uni-AstraZeneca	Вірусний вектор	x2	2 – 8°C (6 місяців)
Sputnik V	Вірусний вектор	x2	2 – 8°C (у сухій формі)
CoronaVac	Деактивований вірус	x2	2 – 8°
Novavax	На основі протеїну	x2	2 – 8°C
Jonson&Jonson	Вірусний вектор	x2	2 – 8°C (3 місяці)

Як зазначає Центр контролю та профілактики захворювань США, вакцина забезпечує захист від зараження, а також допомагає захистити інших. Вона також є найважливішим способом виходу з пандемії.

Загальна вакцинація від Covid-19 вже показала свою ефективність в Ізраїлі, рівень захворюваності у людей старше 60-х років знизився. За

оцінками ВООЗ, для зупинки передачі вірусу імунітет має виробитися у 65-70% населення, а це означає, що людей потрібно заохочувати до вакцинації.

Щеплення мільярдів людей зупинить поширення коронавірусу і створить колективний імунітет [4].

Отже, проведені дослідження свідчать про те, що світ не був готовим до такого виклику, то превалюють негативні наслідки впливу на соціально-економічний стан країн світу у зв'язку з поширенням пандемії. Зміна поведінки споживачів у зв'язку з карантинними обмеженнями визначила зменшення обсягів виробництва товарів та послуг у різних секторах економіки: транспортному, туристичному, ресторанному, промисловому та продовольчому. В економіці активно почали розвиватися нові сервіси, зокрема сервіси доставки, побудовані на цифрових бізнес-моделях та сучасних мобільних додатках.

Початкові оцінки впливу пандемії на провідні економіки світу значно переоцінені, адже фактичні дані свідчать про скорочення обсягів виробництва в певних країнах та незначне падіння ВВП в інших через різну структуру економіки та поведінку економічних агентів.

Секторами, в яких відбулося найбільше скорочення обсягів доходів, торгівельних операцій та послуг, стали такі: туризм, цивільна авіація, промислове виробництво (карантинні обмеження призвели до повної зупинки деяких виробництв), сфера роздрібної торгівлі, індустрія розваг та спорту тощо. Якщо багато бізнесів в інших сферах змогли принаймні частково перейти в онлайн або перепрофілюватися, то сфера туризму практично повністю зупинилася. У країнах, в яких частка цих секторів у ВВП була найбільшою, більшою мірою постраждали від стрімкого поширення пандемії [25].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ДО- ТА КОВІДНИЙ ПЕРІОД

2.1. Стан і прогнози розвитку туристичного бізнесу в регіонах світу у доковідний період

Усім відомо, що туризм на початку ХХІ століття став однією з найважливіших та найбільш динамічною галуззю світового господарства. Він сьогодні є важливим напрямом соціально-економічного та культурно-побутового життя багатьох держав та регіонів світу. Сучасна туристична індустрія займає важливе місце у міжнародних економічних зв'язках та впливає на розвиток економіки окремих країн та світового господарства в цілому.

Із початком пандемії COVID-19, найвразливішою галуззю господарства виявився саме туризм. Адже обмеження на пересування, які ввела більшість країн світу, суттєво вплинули на туристичні прибуття. Для того, щоб з'ясувати, яким чином пандемія вплинула на туристичний бізнес, необхідно розглянути розвиток туризму у попередні роки та подивитися прогнози ЮНВТО у доковідну епоху.

До 2020 року кожен шостий мешканець планети принаймні раз на рік виїжджав за кордон. Таким чином, із 7,5 мільярдів населення подорожувало 1 мільярд 230 тисяч – кількість мандрівників майже дорівнює населенню Китаю. А у 2050-му році, за прогнозами Всесвітньої організації туризму, подорожуватиме вже кожен четвертий [40].

Науковці вже давно обговорюють «туристичну революцію» – справжній переворот в індустрії. Адже ріст кількості туристів у світі за останні десятиліття перевищує всі прогнози. Усього п'ятдесят років тому міжнародні подорожі здійснювали лише 25 мільйонів людей на всій планеті. З того часу кількість туристів збільшилася в понад 40 разів. У 2019 році подорожувало 1 мільярд 230 мільйонів (див. рис. 2.1).

Підрахунки, які наводить ЮНВТО, не беруть до уваги те, що це може

бути одна й та сама людина, яка упродовж року не один, а декілька разів перетинала кордон. Іншими словами, реальні цифри все таки дещо менші.

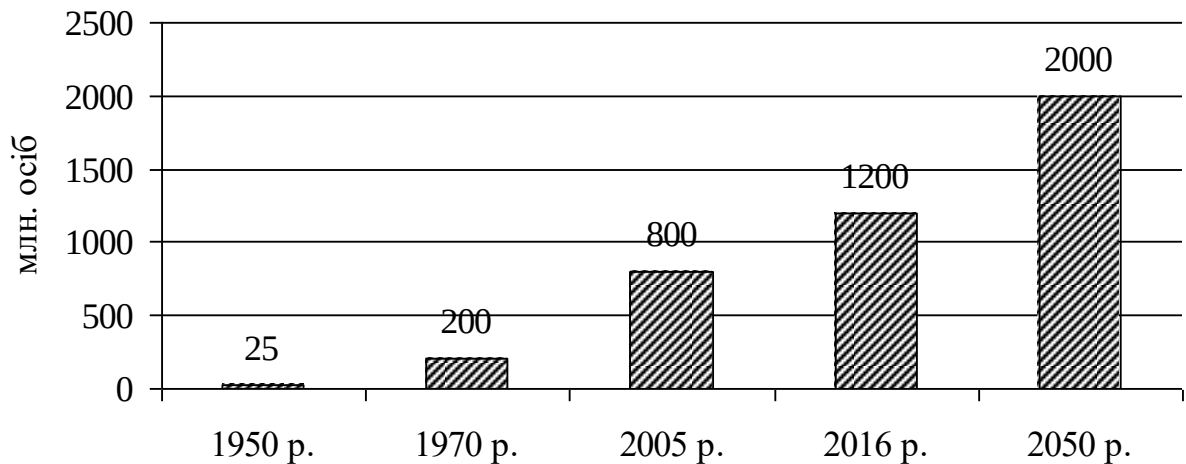


Рис. 2.1 – Динаміка збільшення туристських подорожей [44]

Туризм перетворюється на стратегічний сектор розвитку економіки, адже зони, які отримують переваги завдяки туризму, отримують певний престиж, певний позитивний імідж. Імідж – це дуже важлива річ для країни. Тому, попри всі світові фінансові кризи та військові конфлікти в деяких куточках світу, міжнародний туризм продовжує стабільно зростати щороку на 4%. Темпи росту туристичної галузі стабільніші за фінансовий ринок та вищі за виробництво [14].

Подорожі стають доступнішими і за ціною, і за витратою часу. Розвиток авіасполучення дозволяє дістатися будь-якої точки земної кулі за дві доби. Зрештою, люди стали жити довше, а тому мають час подорожувати на пенсії. Світове зниження цін на нафту призвело також до здешевлення собівартості авіаційних перевезень, тому пропозиція стрімко росте.

Прямий вклад сфери подорожей та туризму (Travel & Tourism) у ВВП світу у 2017 році становив 2577,1 млрд. дол. (3,2% від загального ВВП) і зріс на 4,0% в 2018 році та зросте на 3,8% річних з 2018 по 2028 рр. до 3890,0 млрд. дол. США (3,6% від загального ВВП) у 2028 р. [40].

Загальний внесок Travel & Tourism у ВВП склав 8272,3 млрд. дол.

США (10,4% ВВП) в 2017 році, і прогнозується, що він зріс на 4,0% в 2018 році та зросте на 3,8% річних до 12450,1 млрд. дол. США (11,7% ВВП) у 2028 році (див. рис. 2.2) [44].

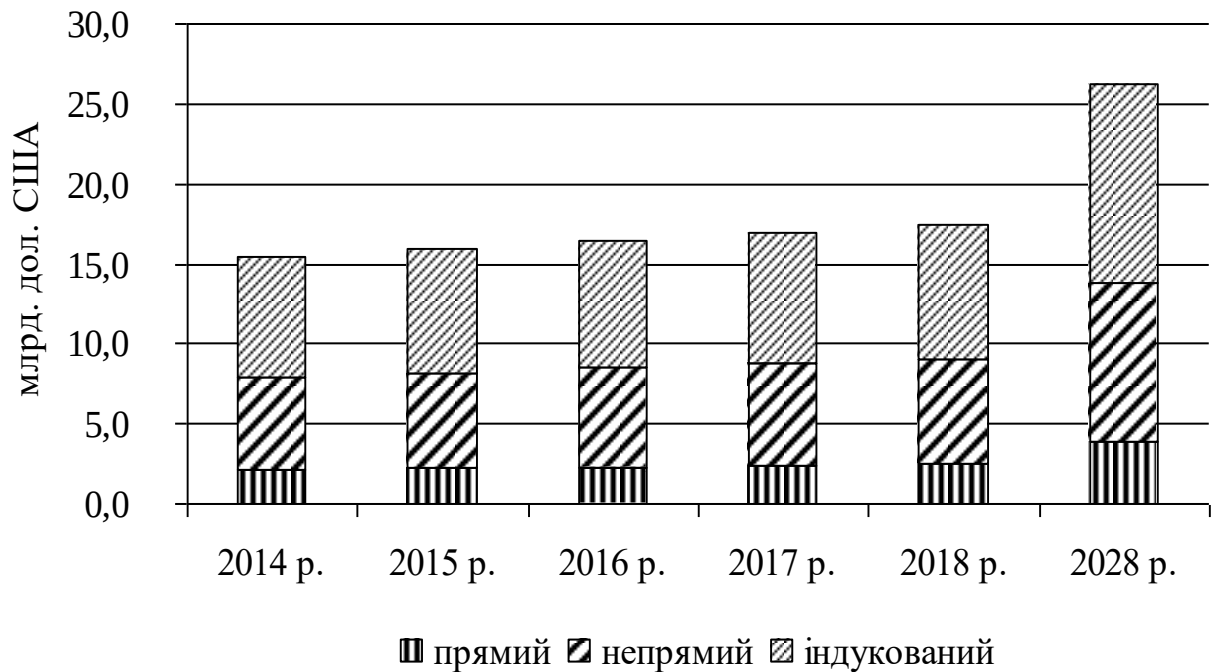


Рис. 2.2 – Загальний внесок Travel & Tourism у ВВП світу, млрд. дол. США

Інвестиції в туристичний бізнес та туристичне сполучення в 2017 році становили 882,4 млрд. дол. США, або 4,5% від загального обсягу інвестицій. Вони зросли на 4,8% у 2018 р. І зросте на 4,3% річних протягом наступних десяти років до 1408,3 млрд. дол. США у 2028 р. (5,1% від загальної суми).

У сфері подорожей та туризму (Travel & Tourism) було створено 118454000 робочих місць безпосередньо в 2017 році (3,8% загальної зайнятості), зросли на 2,4% в 2018 році до 121356000 робочих місць. Ці цифри також включають, наприклад, види діяльності ресторанного господарства та дозвілля галузей, що безпосередньо підтримуються туристами. До 2028 року Travel & Tourism складе 150139000 робочих місць безпосередньо, збільшившись на 2,2% річних протягом наступних десяти років [40].

Загальний внесок Travel & Tourism у зайнятість (у тому числі більш

широкі ефекти від інвестицій, ланцюжка поставок та індукований дохід) становив 313221000 робочих місць у 2017 році (9,9% від загальної зайнятості). ЮНВТО зафіксувало збільшення на 3,0% в 2018 році до 322666000 робочих місць (10,1% від загального обсягу зайнятості). Протягом 2028 року Travel & Tourism прогнозує підтримку 413556000 робочих місць (11,6% від загальної зайнятості), що на 2,5% більше, ніж за цей період (див. рис. 2.3) [44].



Рис. 2.3 – Загальний внесок туризму у зайнятість населення світу

Гроші, які витрачають закордонні відвідувачі на країну (або експорт відвідувачів), є ключовим компонентом прямого внеску подорожі та туризму. У 2017 році світ приніс експорту відвідувачів 1494,2 млрд. дол. США. У 2018 році відбулося зростання цього показника на 3,9%, й очікується, що світ залучить 1395660000 міжнародних туристичних прибуттів [14].

За прогнозами, до 2028 року прибуття міжнародних туристів складе 2094,21 млн. осіб, що приносить витрати на суму 231,4 мільярда доларів, що на 4,1% більше, ніж зараз (див. рис. 2.4) [40].

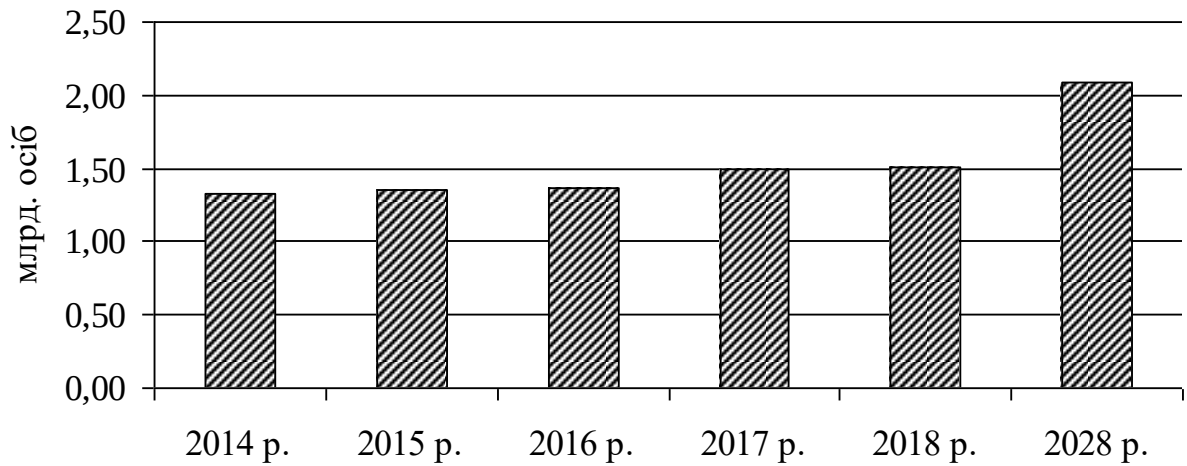


Рис. 2.4 – Динаміка кількості туристських прибуттів в світі

У таблиці 2.1 показано сумарні оцінки та прогнози розвитку світового туристичного бізнесу.

Таблиця 2.1 – Сумарні оцінки та прогнози розвитку світового туристичного бізнесу [40]

Показник	2017 р. млрд. дол.	2017 р. % від загального	2028 р. млрд. дол.	2028 р. % від загального	Приріст, %
Прямий вклад у ВВП	2570,1	3,2	3890,0	3,6	3,8
Загальний вклад у ВВП	8272,3	10,4	12450,1	11,7	3,8
Прямий вклад у зайнятість населення	118454,0	3,8	150139,0	4,2	2,2
Загальний вклад у зайнятість населення	313221,0	9,9	413556,0	11,6	2,5
Експорт відвідувачів	1949,2	6,5	2311,4	6,9	4,1
Внутрішні подорожі	3970,5	5,0	6051,5	5,8	3,9

Продовження таблиці 2.1

Показник	2017 р. млрд. дол.	2017 р. % від загального	2028 р. млрд. дол.	2028 р. % від загального	Приріст, %
Подорожі з метою розваг	4233,3	2,5	6605,3	2,8	4,1
Бізнес-подорожі	1230,6	0,7	1756,1	0,8	3,2
Капітальні інвестиції	882,4	4,5	1408,3	5,1	4,3

Всесвітня туристська організація ЮНВТО опублікувала свою доповідь, з матеріалів якої можна зробити висновок, що в сучасних умовах глобалізації світовий туристичний потік постійно зростає. Так, міжнародні туристські прибуття зросли на 7% в 2018 році, досягаючи загалом 1,322 мільйонів, за даними останнього Світового туристичного барометру ЮНВТО. Це значно перевищує стійку і послідовну тенденцію зростання на 4% або більше з 2010 року та є найсильнішим результатом за сім років. Очікується, що цей сильний імпульс продовжиться у 2019 р. у розмірі 4 – 5% [40].

У 2019 у всіх регіонах спостерігалось зростання міжнародного турбізнесу. Проте невизначеність навколо Brexit, крах туроператора Thomas Cook, геополітична і соціальна напруженість і спад світової економіки спільно сприяли уповільненню зростання в 2019 році в порівнянні з винятковими темпами в 2017 і 2018 роках. Даний процес головним чином торкнувся розвинених країн і особливо Європи і Азіатсько-Тихоокеанського регіону [14].

Близький Схід став самим швидкозростаючим регіоном за кількістю міжнародних туристичних поїздок в 2019 році, майже вдвічі перевершивши середній світовий показник (+8%). Зростання числа міжнародних поїздок в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні сповільнилося, але як і раніше залишалося вище середнього, складаючи 5%.

Європа, де також спостерігалось повільніше, ніж в попередні роки, зростання (+4%), зберігала лідерство за кількістю міжнародних поїздок: в

2019 році Європу відвідало 743 мільйони іноземних туристів, що становило 51% світового ринку (див. дод. А).

Північна і Південна Америка (+2%) показали неоднозначну картину, оскільки багато острівних туристичних напрямків в Карибському басейні зміцнили свої позиції, відновившись після ураганів 2017 року, в той час як кількість поїздок до Південної Америки знизилася, почасти через триваючі соціальні і політичні потрясіння. Обмежені дані з Африці (+4%) вказували на збереження в Північній Африці високих результатів (+9%), в той час як в країнах Африки на південь від Сахари темпи зростання в 2019 році сповільнилися (+1,5%) (див. рис. 2.5) [44].

2019 рік характеризувався стійким зростанням у багатьох напрямках та стабільним відновленням тих, що зазнали зменшення в попередні роки. Результати частково сформувалися завдяки глобальному економічному підйому та надійному вихідному попиту на багатьох традиційних та вихідних ринках, зокрема, відновлення витрат на туризм з Бразилії та Російської Федерації після декількох років зниження [14].

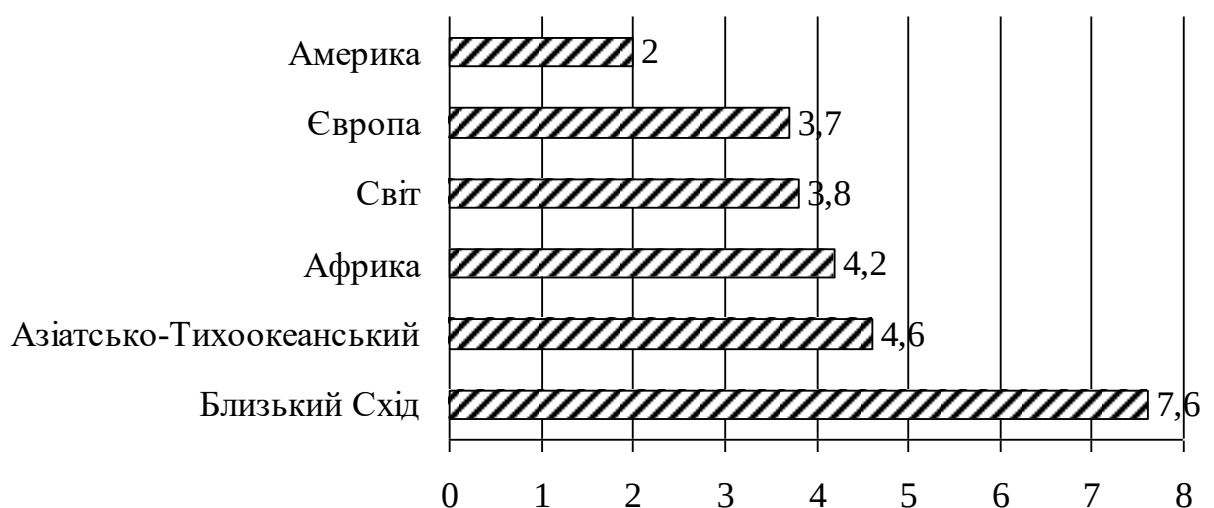


Рис. 2.5 – Міжнародні туристичні поїздки в 2019 році, зміни за регіонами (%)

Серед п'ятірки країн-лідерів за кількістю прибуттів – Франція, Іспанія, Італія, а також США та Китай (див. рис. 2.6).

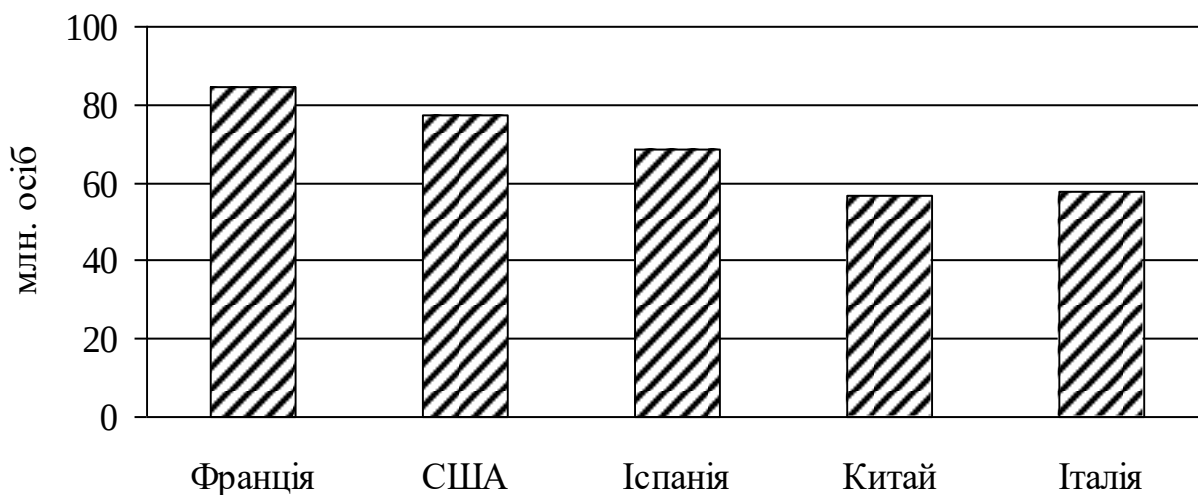


Рис. 2.6 – Країни-лідери за кількістю туристських прибуттів [44]

На тлі глобального економічного спаду витрати на туризм продовжували зростати, особливо у десяти світових лідерів за витратами. Франція повідомила про найсильніше зростання витрат на міжнародний туризм серед десяти найбільших світових ринків виїзного туризму (+11%), в той час як Сполучені Штати (+6%) лідирували в абсолютному вираженні, чому сприяв сильний долар. Проте деякі великі ринки, що розвиваються, такі як Бразилія і Саудівська Аравія, повідомили про зниження витрат на туризм. У першій половині 2019 року обсяг виїздів за кордон з Китаю, найбільшого світового джерела виїзного туризму, збільшився на 14% на тлі скорочення витрат на 4% [14].

Також ЮНВТО виявила найшвидше зростаючі туристичні напрямки в світі у 2019 році, і результати дають кілька несподіванок. Наприклад, що такі країни, як Єгипет та Туніс входять до першої десятки, і вказують на їх здатність відновитися після ряду терактів. Крім того, у доповіді також містяться відомості про зростаюче прагнення відпочиваючих виїхати за межі традиційних місць призначення та прокладання нових шляхів. Наявність Монголії та Нікарагуа у першій десятці свідчить про це [43].

Одна з найбільших несподіванок – це Палестина. Вуличний майстер Бенксі відкрив бутік-готель на Західному березі Палестини. За даними

ЮНВТО, на цьому місці на окупованих територіях спостерігалось зростання кількості прибулих на міжнародному рівні на 57,8%. Готель Banksy Walled Off Hotel, ймовірно, допоміг підвищити рівень обізнаності про туризм в Палестині, який, до кінця 2019 року відвідало більше 630000 відпочиваючих.

Туристична індустрія Єгипту в останній час зазнала деякого занепаду. Поточні політичні невдоволення та падіння російського пасажирського літака у 2015 році, який слідчі визнали тероризмом, завадили багатьом людям відвідувати цю країну. Не дивлячись на те, що значно впали турпотоки у Шарм-ель-Шейх з Великої Британії та Росії, це не зупинило інші національності, про що свідчить 51% приток міжнародних туристів у 2017 – 2019 рр.

Напевно, більшість людей не змогли б вказати на цей архіпелаг на карті, але це не зупинило Північні Маріанські острови від того, щоб стати одним з найбільш швидко зростаючих туристичних місць на планеті. За даними ЮНВТО, кількість прибулих у 2019 році зросла на 37,3% [43].

Побачити Ісландію в цьому списку було цілком спрогнозовано. Відвідування цієї країни підтвердило наскільки популярність, пов'язана з ефектом Game of Thrones та Icelandair, яка пропонує безкоштовні зупинки пасажирів в Ісландії на шляху до США. І тенденція триває; за даними ЮНВТО, кількість прибуттів вже у 2019 році зросла на 34,9%.

Туристична індустрія Тунісу зазнала подібної долі Єгипту після різанини на пляжі 2015 р., коли озброєний чоловік вбив 38 людей – більшість з них – британці (30 осіб). Готель, де відбулася різанина, відкрився знову, і FCO з тих пір полегшила рекомендації щодо подорожей для Тунісу, що, здається, означало зміну долі для країни: зростання тур потоку тут відбулося на рівні 32,5% [26].

В'єтнам – найбільш швидко зростаючий туристичний напрямок Азії. Кількість туристів, які прибули у 2019 році, показало зростання на 31,2%.

Найшвидше зростаючий туристичний напрям у Південній Америці може стати чимось несподіваним, але на папері легко зрозуміти, чому

відпочиваючі, нарешті, пробираються до Уругваю (збільшення туристів на 30,2% у порівнянні з попереднім роком). Розміщений між двома відомими районами туризму – Бразилією та Аргентиною – Уругвай мальовничий, прогресивний (конопель був легалізований у 2014 р.) та культурно витончений пункт призначення, що, до речі, є домом для однієї з найдивовижніших об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Незважаючи на фурор, Нікарагуа стає найшвидше зростаючим пунктом Центральної Америки, а прибуття туристів 2019 року становить 28,4%. Крім пляжів з пальмами, революційна історія країни та зелений інтер'єр доповнює привабливість.

Мабуть, один з найбільших сюрпризів у списку – Монголія – колись була «дуже далеко» завдяки своїй географічній ізоляції серед великих степів та піщаних пустель. Але ця міцна центральноазіатська нація зараз, виявляється цікавою для мандрівників; за даними ЮНВТО, кількість прибулих у міжнародному масштабі цього року становить 28,3%.

Якщо розглянути рейтинг найпопулярніших міст світу 2019 року, то десятий рік поспіль Гонконг позиціонувався як найбільш відвідуване місто планети. Ця азійська територія зафіксувала 28 мільйонів відвідувачів у 2019 році і, як очікується, зросте до 44 мільйонів до 2025 року [43].

На другому місці, із вражаючими 24,02 млн. відвідувачів у 2019 році і з щорічним ростом близько 10%, знаходиться Бангкок. Його великий міський суперник Лондон здобув третє місце, з 2018 року – 19,8 мільйона відвідувачів, а 2019 року – 20,7 мільйонів.

Азійські міста домінували у найпопулярніших напрямках з 41 містом у 2019 році, і можливо досягнуть 47 міст до 2025 року. Китай залишається у топі, коли справа доходить до рейтингу, причому Гонконг багато в чому зміг досягти своєї стратегічної позиції та відносин з материком.

Тим часом в Сеулі відбулося зниження майже на 15% в 2019 році – 7,66 млн. відвідувачів через притаманну напругу між Південною Кореєю та Китаєм [44].

Значення міст для туризму в Європі постійно зростає протягом багатьох років. У 2019 році в усьому світі було здійснено 1,2 мільярда екскурсій, з відвідуванням 100 найкращих міст, зростання відбулося майже вдвічі – 46% [40].

Більше половини всіх закордонних гостей, які приїжджають до Великобританії, відвідують Лондон, а друге місто, яке відвідує найбільша кількість туристів у Британії – Единбург – залучає менше 10% прибуттів у Лондоні. Шотландська столиця навіть не потрапляє у перші 100 міст.

Відвідування європейських міст сильно постраждало від тероризму, а Брюссель, Париж, Ніцца та Стамбул реєстрували впливові відставання.

Іракліон, столиця відносно стабільного Криту, є найбільшим європейським переможцем 2019 року, реєструючи зростання на 11,2% і піднявся у рейтингу відразу на три місця до 66-го.

У Новому Світі найбажанішим для туристів виявився Нью-Йорк – 13,1 мільйона відвідувачів. Але міста, які демонструють найсильніше зростання у 2019 році, були за межами Сполучених Штатів – Канкун, Торонто, Мехіко, Ванкувер та Пунта Кана.

Хоча Сполучені Штати залишаються найбільшим вихідним ринком, Мексика стає дедалі популярнішою серед відвідувачів з Європи та Азії, хоча останні доповіді вказали на зниження кількості відвідувачів США через насильство щодо наркокартелів.

На Близькому Сході найпопулярнішими серед туристів виявилися Дубай (зростання на 7,7% і 16 мільйонів відвідувачів) та Мекка (зростання на 9,8% і 8,7 млн. туристів) [14].

Йоганнесбург є єдиним африканським містом в південній частині Сахари, яке потрапило у топ-100 найкращих, але Euromonitor високо оцінює зусилля Африки щодо відкриття кордонів у той час, коли інші країни закривають їх.

Отже, 2019 рік показав неабияке зростання туристських прибуттів в усіх регіонах світу. Проте, це був також рік багатьох викликів, коли в усьому

світі стикаються зі стихійними лихами, загрозами безпеці та навіть боротьбою за власний успіх.

Проаналізуємо тенденції розвитку туризму, які за прогнозами 2019-го року мали б відбутися у 2020-му році. За прогнозами туристських організацій, туристи обиратимуть наступні ідеї і місця.

1. Невідомі пункти призначення. З огляду на зростаючу проблему овертуризму у великих містах світу, подорожуючі будуть все частіше шукати незвичні маршрути у наступному році. Швидке зростання туризму в таких містах, як Амстердам, Париж та Венеція, змусило місцевих жителів відчутися себе витісненими з власних міст, що призводить до конфліктів із туристами. Маючи це на увазі, більшість мандрівників, більше ніж коли-небудь, обиратимуть місця призначення, подібні до великих міст, але менш багатолюдні і менш затратні. Наприклад, замість того, щоб їхати до Барселони, туристи поїдуть у міста з вражаючими культурними пропозиціями, такими як Севілья та Валенсія [44].

2. У 2019 році все було присвячене їжі. Лише самих Instagram-фото різноманітних страв та вишуканих ресторанів нараховувалося кілька десятків мільйонів. Майбутнє кулінарного туризму, однак, відійде від дорогих обідів до більш простого досвіду харчування. Відвідування місцевих ринків та харчування з місцевими жителями в їхніх будинках (це стало простішим через веб-сайти, такі як EatWith) будуть основними інтересами для мандрівників, які досліджують нові напрямки.

Навіть цілі відпустки будуть заплановані навколо продуктів харчування, а місця призначення будуть вибрані на основі їх кулінарних пропозицій. У наступному році Японія буде особливо цікавою для мандрівників за свою унікальну кухню, традиційні ринки і інноваційні тематичні вечери [54].

3. Подорожі – це не лише огляд визначних пам'яток. Одна із найближчих тенденцій подорожей майбутнього року – це все про досягнення подорожей. Мандрівники, втомившись робити одне й те саме, будуть шукати

досвід подорожей, що дозволить їм досягти мети або виконати те, чого вони ніколи раніше не робили. Проблемні ситуації, такі як завершення марафону вперше, підйом на гору, наприклад, Кіліманджаро або пішки Сантьяго де Каміно, буде головним фактором подорожей.

Це схоже на минулорічну тенденцію подорожі до досвіду, яка полягала у занурення в місцеву культуру, зв'язування з громадою та розвиток багатих знань та розуміння місця. Але наступного року буде більше зосереджено на тому, що людина можете вийти з себе, а не на те, що можна вийти зі спільноти [54].

4. Замість того, щоб продовжувати тенденцію минулорічного «відчуття» (змішування бізнесу з відпочинком), бізнес-мандрівники в 2020 році продовжують цю концепцію ще довше. На сьогоднішній день більше співробітників, ніж будь-коли раніше, мають свободу продовжувати професійний діловий відпочинок через пару додаткових днів або навіть тижнів для особистих поїздок.

Проте наступного року продовження ділової поїздки на кілька днів буде недостатньо. Маючи доступ до надійного Wi-Fi майже у всьому світі, вдосконалення інструментів онлайн-комунікації та професійних робочих місць у великих містах світу, буде простіше, ніж будь-коли, жити та працювати в різних напрямках протягом тривалого періоду часу [40].

5. Багато готелів будуть зосереджені на майбутніх зусиллях щодо створення великих громадських місць для гостей, а не збільшення розміру окремих номерів. Ці відкриті зони відпочинку будуть центром уваги для соціальних мандрівників, які шукають комфорт та конфіденційність готелю, а також додаткову перевагу для зустрічей з новими людьми.

6. Інвестиції в нові технології будуть основним пріоритетом для готелів у наступному році. Зокрема, у багатьох готелях будуть надані вищі бюджети для покращення послуг Wi-Fi з більш високими швидкостями та ширшою пропускною здатністю. Завдяки зусиллям, спрямованим на полегшення готельного проживання в готелях, готель буде інвестувати у такі речі, як

штучний інтелект, автоматизована перевірка в'їзду-виїзду, а також мобільні додатки, які задовольняють потреби гостей всередині та за межами готелю.

7. Одинокі подорожі були головною темою в 2019 році, особливо одинокі жіночі подорожі. У наступному році для індивідуальних мандрівників залишатимуться більше варіантів та натхнення. Члени сім'ї будь-якого віку, включаючи батьків, дітей та дідусів й бабусь, будуть подорожувати, щоб знову об'єднатися і створити нові спогади. Тобто туристським компаніям та готелям потрібно буде задовольнити не лише один віковий діапазон [14].

8. Стабільні поїздки були одними з найпопулярніших в 2019 році, але найновіший термін поїздки 2020 року – це «свідомі поїздки». Більш ніж коли-небудь, мандрівники будуть пам'ятати про їх вплив на економіку, а також на життя тих, хто живе у місці призначення, яке вони відвідують. Окрім свідомого зусилля, спрямованого на екологічні поїздки та придбання органічної продукції на місцевих ринках, подорожуючі витрачають свої гроші на користь місцевій економіці та громаді, а не великим корпораціям та іноземним інвестиційним компаніям. Це включає в себе вибір невеликих бутиків-готелів, а не великих готелів та місцевих магазинів, а не міжнародних торгових центрів [54].

Отже, з вищенаведеного можна побачити, що прогнози розвитку туризму у 2020 році й тенденції його розвитку у майбутньому, були оптимістичними, з щорічним зростанням показників. У наступному розділі проаналізуємо, яким чином пандемія COVID-19 вплинула на реальний стан туристичного бізнесу.

2.2. Аналіз розвитку туристичного бізнесу в епоху пандемії коронавірусу

У 2020 році ЮНВТО прогнозувало зростання міжнародного туризму від 3% до 4%, очікувалося, що великі спортивні події, включаючи

Олімпійські ігри в Токію, і культурні події, такі як ЕКСПО-2020 в Дубаї, матимуть позитивний вплив на розвиток даного сектора. Але несподівано світ зіткнувся із пандемією корона вірусу COVID-19. Вперше коронавірус виділено в 1965 році англійськими вірусологами Д. Тайрелом та М. Біноєм. Зазвичай, такі віруси не несуть загрози для людей. Проте коронавіруси можуть швидко мутувати та ставати небезпечними. Так, наприклад, вірус SARS-CoV у 2002 – 2003 роках викликав спалахи гострого респіраторного синдрому (летальність – 9% від усіх інфікованих), а вірус MERS-CoV у 2012 році спричиняв близькосхідний респіраторний синдром (летальність 35%). Новий штам коронавірусу може викликати тяжку форму пневмонії. Перебіг хвороби залежить від імунітету людини. Більшість людей, які померли внаслідок зараження вірусом, мали проблеми зі здоров'ям. Серед померлих багато людей літнього віку з хронічними захворюваннями. Основне занепокоєння викликає діапазон вираженості симптомів: деякі люди мають легкі симптоми, інші – тяжко хворіють. Це ускладнює встановлення справжньої кількості заражених та швидкості передачі вірусу від людини до людини [50].

З метою запобігання розповсюдження корона вірусу, в більшості держав світу був запроваджений карантин і обмеження на відвідування країн іноземцями. Політичні рішення країн світу щодо реакції на пандемію ділилися на дві групи. Перша – ізоляція хворих та заражених домогосподарств без запровадження карантину і припинення пересування громадян. Друга – більш жорсткі заходи, запровадження карантину, обмеження пересування громадян, закриття публічних закладів аж до повного припинення будь-якої ділової чи соціальної активності. Минулого року уряди більшості країн обирали другий варіант дій, тобто суворі заходи контролю та обмеження. Разом з тим, подібні жорсткі заходи мали дуже високу економічну ціну. Альтернативою економічно і соціально проблемним заходам жорсткого реагування може бути або загальна вакцинація населення, або концепція вироблення «колективного імунітету», або вироблення нової

моделі суспільної організації життя і праці – «віртуальної політики і економіки», «соціального дистанціювання», «віддаленого режиму роботи і доступу».

Через карантинні обмеження міжнародні прибуття туристів за 6 місяців 2020 року зменшилися на 56% (відповідно до того ж періоду минулого року). У травні місяці міжнародні прибуття зменшились на 98% на тлі заходів щодо стримування поширення пандемії COVID-19. Це становило на 300 мільйонів менше міжнародних туристів, що означало втрату 320 мільярдів доларів США надходжень від міжнародного туризму (доходи від експорту) [41].

Якщо дивитися за регіонами, то Азіатсько-Тихоокеанський був першим регіоном, який постраждав від впливу пандемії. Спостерігалось 60% зменшення кількості прибулих у січні-травні 2020 р. Європа зафіксувала друге найсильніше зниження – 58% менше прибулих, за ними йшов Близький Схід (–51%), Америка та Африка (обидва –47%) (див рис. 2.7).

Туристичний бізнес демонструє ознаки поступовості та обережності, зміну тенденції у країнах Північної півкулі на літні пікові місяці, що відображається у поступовому скасуванні обмежень на поїздки в кількох країнах, зокрема в Європі, відновлення деякої кількості міжнародних рейсів та перезапуск деяких внутрішніх та внутрішньорегіональних ринків. Однак індекс довіри ЮНВТО знизився до мінімальних рекордів, як для оцінки періоду січень – червень, так і для усього 2020-го року [56].

Більшість експертів групи ЮНВТО очікували, що міжнародний туризм відновиться до другої половини 2021 року, але останні місяці 2020 р. та перші місяці 2021 р. показували збільшення кількості хворих на коронавірус, тобто погіршення ситуації та введення локдаунів у більшості країн Європи. Експерти також згадують про відсутність достовірної інформації та погіршення економічного середовища як факторів, які позначилися на довірі споживачів туристських послуг. Також прогнозувалося, що внутрішній туризм відновиться швидше. Експерти також згадали про зміни у поведінці споживачів, наприклад поїздки ближче до дому або близькість подорожі,

бронювання ближче до вильоту дати поїздки або перевага подорожі на машині, намагання триматися дистанції від інших тощо.

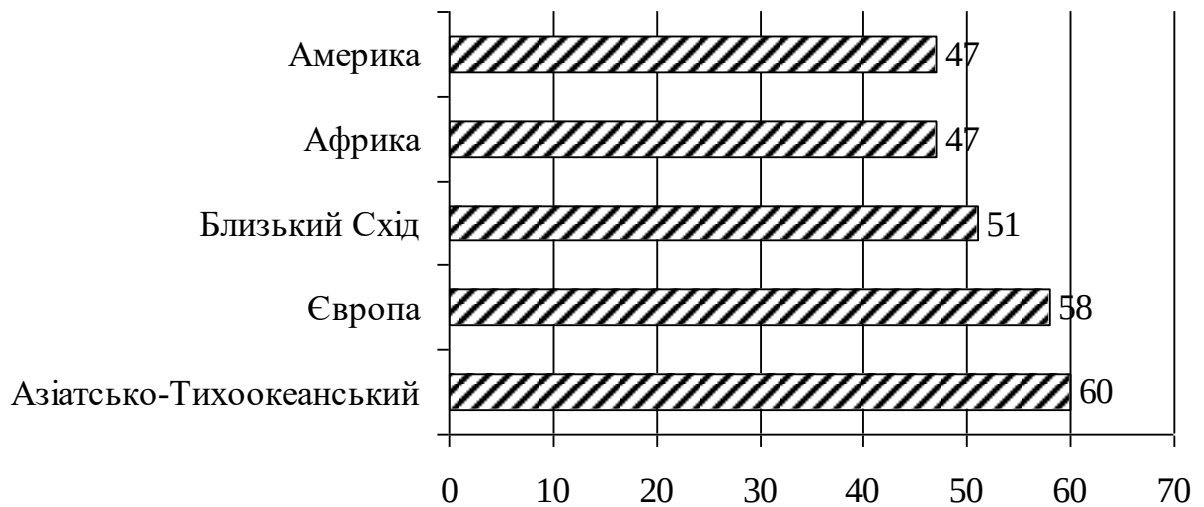


Рис. 2.7 – Зниження кількості туристських прибуттів за регіонами, % [56]

Дані IATA показують, що міжнародний пасажирський попит, який вимірюється в доходах пасажирських кілометрів (RPK) в травні скоротилися майже до 100% у річному обчисленні. Міжнародний попит знизився на 55% у січні-травні 2020 р. Світовий попит на пасажироперевезення впав швидше, ніж пропускна здатність, незважаючи на скасування рейсів та заземлення літаків. Місткість (у доступних місцях-кілометрах) у всьому світі в травні 2020 року, за оцінками, знизилася на 86% у порівнянні з попереднім роком за даними ІКАО [54].

Попит на внутрішні авіаперевезення показав ранні ознаки відновлення. За даними IATA, внутрішні RPK скоротилися у травні на 79% у порівнянні з попереднім роком, порівняно з 86% у квітні, з покращенням китайського ринку та ринку США. Дані ForwardKeys показують величезне 99% щорічне падіння міжнародних авіаквитків між 6 січня та 19 липня 2020 року для проїзду в будь-яку дистинацію та будь-який період року. Дані вказують на скасування бронювання авіаквитків, починаючи з березня 2020 р. Азіатсько-Тихоокеанський регіон зазнав найбільшого падіння (–105%). Бронювання з

Америки та Європи (обидва –97%), дані, які зафіксували Африка та Близький Схід (–85%) (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Зниження бронювання авіаквитків з березня 2020 р. [56]

Регіон	Зниження бронювань, %
Азіатсько-Тихоокеанський	-105,4
Європа	-96,7
Америка	-97,3
Африка та Близький Схід	-84,8
Світ в цілому	-99,0

За даними STR, готельна індустрія продовжувала страждати від значних двозначних знижень у трьох показниках, а саме: дохід за доступне приміщення (RevPAR), середньодобова норма (ADR) та заповнюваність. Заповнюваність у травні досягла анти рекорду – мінімум 13% в Європі, 14% в Африці, 15% в Центральній та Південній Америці, 33% у Сполучених Штатах. Держав, і 36% як в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та і на Близькому Сході [46].

Внаслідок COVID-19 та поточних обмежень для міжнародної мобільності, туристичний сектор зазнав збитків майже на 4,5 трильйони доларів США, а його глобальний внесок у ВВП зменшився на 49,1% порівняно з 2019 роком і досягнув лише 4,7 трлн. доларів США у 2020 році; відносно зниження ВВП на 3,7% глобальної економіки. Витрати на внутрішніх відвідувачів скоротилися на 45%, а на міжнародні – на безпрецедентні 69,4% [30].

У 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, залишилося всього 272 мільйони зайнятих у всьому секторі у всьому світі. Це зменшення на 18,5% було відчутно у всій екосистемі подорожей та туризму, з малим та середнім розміром, які особливо постраждали, і які складають 80% усіх

світових підприємств галузі. Жінки, молодь та меншини під час пандемії постраждали непропорційно, хоча загроза знищення робочих місць зберігається. Мільйони з решти 272 мільйонів робочих місць, які зараз підтримуються урядовими схемами утримання та скороченими робочими днями, можуть бути втрачені без повного відновлення у секторі подорожей та туризму. Проактивні дії деяких урядів у всьому світі фактично дали можливість сектору зберегти мільйони робочих місць та засобів існування через схеми підтримання; без яких цифри були б значно гірші [54].

Розглянемо, які зміни відбулися у туристичному секторі за регіонами світу, що виділяються ЮНВТО. З падінням ВВП на подорожі та туризм у 2020 році на 42,4% (див. табл. 2.3), Америка була найменш постраждалим регіоном у всьому світі. Як результат, вона залишається найбільшим регіоном з точки зору його економічного значення, на нього припадає 35% світового ВВП для прямих подорожей та туризму.

Таблиця 2.3 – Зміни внеску у світові ВВП та зайнятість у 2019 – 2020 рр. за туристичними регіонами світу [35]

Регіони	Внесок у ВВП, млрд. дол.		Зміни, %	Внесок у зайнятість, млн.		Зміни, %
	2019 р.	2020 р.		2019 р.	2020 р.	
Американський	2,482	1,429	– 42,4	45,2	33,4	– 26,1
Європейський	2,191	1,065	– 51,4	38,5	34,9	– 9,4
Азійсько-Тихоокеанський	3,061	1,417	– 53,7	185,1	151,0	– 18,4
Африканський	169	86	– 49,2	24,7	17,5	– 29,1
Близькосхідний	270	132	– 51,1	6,9	5,7	– 17,4

У той час як внутрішні витрати скоротилися на 38,9%, міжнародні витрати помітно різко скоротилися і склали 72,1% через обмеження подорожей. Це призвело до того, що витрати на вітчизняних відвідувачів

зросли з 82% загального обсягу витрат на подорожі та туризм 2019 року до 91% у 2020 році. Тим часом зайнятість у сфері подорожей та туризму впала на 26%, що дорівнює 11,8 млн. втрат робочих місць.

Незважаючи на падіння на 41%, США залишаються найбільшою економікою подорожей та туризму у світі – 1,104 млрд. дол. внеску у ВВП (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Глобальний внесок у ВВП топ-20 країн світу [39]

Місце	Країна	Внесок у ВВП 2019 р., млрд. дол.	Країна	Внесок у ВВП, 2020 р., млрд. дол.
1	США	1869,7	США	1103,7
2	Китай	1665,6	Китай	667,2
3	Німеччина	393,1	Японія	249,9
4	Японія	373,0	Німеччина	208,8
5	Велика Британія	305,0	Італія	132,2
6	Італія	269,8	Франція	123,2
7	Франція	240,5	Індія	121,9
8	Іспанія	202,1	Велика Британія	115,0
9	Індія	191,3	Мексика	91,2
10	Мексика	175,6	Австралія	81,4
11	Австралія	149,1	Бразилія	78,0
12	Бразилія	115,7	Іспанія	75,4
13	Канада	111,6	Нідерланди	64,6
14	Таїланд	106,5	Філіппіни	52,8
15	Нідерланди	101,6	Канада	52,4
16	Філіппіни	90,0	Саудівська Аравія	48,5
17	Саудівська Аравія	79,2	Таїланд	41,7

Продовження таблиці 2.4

Місце	Країна	Внесок у ВВП 2019 р., млрд. дол.	Країна	Внесок у ВВП, 2020 р., млрд. дол.
18	Туреччина	77,6	Росія	40,1
19	Росія	75,5	Південна Корея	39,9
20	Південна Корея	73,2	Швейцарія	36,8

Фактично, сектор подорожей та туризму США неухильно рухається до відновлення, частково завдяки зусиллям адміністрації Байдена. 14 мільярдів доларів США, виділених авіакомпаніям, як це передбачено Законом про порятунок США 2021 року, разом із швидкими темпами розгортання вакцинації населення, дає можливість компаніям у цьому секторі відновлювати втрати та робочі місця [18].

Тим часом, Мексика залишається другою за величиною економікою подорожей та туризму в регіоні, незважаючи на падіння ВВП подорожей та туризму на 48,1%. Хоча Північна Америка та Латинська Америка працювали краще, ніж більшість інших субрегіонів, скоротившись на 42,2% та 41,1% у 2020 році відповідно, регіон Карибського басейну постраждав непропорційно більше: ВВП для подорожей та туризму скоротився на 58%, що демонструє його сильну залежність від міжнародного туризму, який значно зменшився. У Карибському басейні найбільше постраждали Сент-Кітс і Невіс, де спостерігалось різке зниження на 72,3%, та Сент-Люсія, яка зазнала зниження на 71,7% [46].

Багамські острови, Віргінські острови Великобританії та Сент-Вінсент та Гренадіни зазнали значних втрат: скорочення склали 68%, 67,6% і 67%, відповідно, що свідчить про важливість міжнародних в'їзних подорожей у ці країни. З подорожами та туризмом, враховуючи значну частку загальної економіки в багатьох країнах Карибського басейну (див. табл. 2.5), цей сектор буде відігравати ключову роль у стимулюванні соціально-економічного відновлення регіону після COVID-19.

Таблиця 2.5 – Топ-10 кращих економік Карибського басейну з точки зору подорожей та туризму (відносний внесок у ВВП у 2019 та 2020 рр.) [38]

Місце	2019 р.		2020 р.	
	Країна	% ВВП	Країна	% ВВП
1	Аруба	69,2	Аруба	44,0
2	Сент-Люсія	68,1	Сент-Люсія	28,7
3	Віргінські острови (США)	53,5	Віргінські острови (США)	27,1
4	Сент-Кітс і Невіс	52,0	Антигуа і Барбуда	23,3
5	Багамські острови	44,4	Сент-Кітс і Невіс	22,0
6	Ангілья	43,4	Багамські острови	20,0
7	Сент-Вінсент і Гренадіни	41,7	Барбадос	17,9
8	Гренада	40,7	Гренада	16,6
9	Антигуа і Барбуда	40,5	Сент-Вінсент і Гренадіни	16,4
10	Віргінські острови (Велика Британія)	38,6	Ангілья	15,7

Азійсько-Тихоокеанський регіон був найшвидше зростаючим регіоном у 2019 році: ВВП для подорожей та туризму виріс на 7,4%. Цьому сприяло продовження зростання кількості домогосподарств із середнім рівнем доходу, спрощення візового режиму, покращення зв'язків, інвестиції в інфраструктуру тощо. Однак у 2020 році через обмеження, пов'язані з COVID-19, це був найгірший регіон із внеском до ВВП – зниження на 53,7%. Особливо постраждали міжнародні витрати, які скоротилися на 74,4%, оскільки багато країн закрили свої кордони для в'їзних туристів. Тим часом внутрішні витрати відзначилися меншим скороченням – 48,1%. По суті, вітчизняні відвідувачі збільшили свою частку в загальних витратах на подорожі та туризм із 74% загальних витрат у 2019 році до 85% у 2020 році.

Зайнятість у сфері подорожей та туризму впала на 18,4%, що дорівнює

34,1 млн. робочих місць (див. табл. 2.3). Незважаючи на цей спад, Азійсько-Тихоокеанський регіон залишається найбільшим регіоном для зайнятості галузі у 2020 році, що становить 55% (151 млн.) усіх робочих місць у сфері туризму та подорожей [54].

Економічні показники були нерівномірними у субрегіонах: зниження ВВП у сфері подорожей та туризму склало від 36,5% у південних районах Азії, до 56,4% у Північно-Східній Азії та 57,6% у Центральній Азії. Китай, порівняно з середнім регіональним падінням на 53,7%, – країна, що залишається другою за величиною економікою подорожей та туризму у всьому світі (див. табл. 2.4) і першою в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, що становить майже половину (47,1%) загального регіонального ВВП. Тим часом, оскільки ВВП у сфері подорожей та туризму скоротився на 36,3% у 2020 році (нижче, ніж середнє регіональне та глобальне зниження), Індія піднялася на два місця у світовому рейтингу з дев'ятої до сьомої позиції.

Зниження витрат на внутрішніх відвідувачів було нижчим за середньосвітовий показник на 45% у кількох країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону, включаючи Таїланд (–28%), В'єтнам (–28,2%), Японію (–30,3%), Нову Зеландію (–30,4%), Індію (–30,7%), Малайзію (–32,7%), Південну Корею (–34%), Індонезію (–35,2%), Філіппіни (–35,5%) та Сінгапур (–36,1%) [38].

У багатьох з цих країн це пов'язано з ініціативами та фінансовою підтримкою, наданою урядами для стимулювання людей до бронювання внутрішніх поїздок. Наприклад, уряд Таїланду в червні 2020 року оголосив про трійку пакетів внутрішнього туризму на суму 22,4 млрд. бат (722 млн. дол. США). Пакети пропонували субсидовані місця проживання, харчування, атракціони та перельоти, а вітчизняні туристи оплачували 60% фактичних витрат. Медичні працівники також отримали субсидію в розмірі 2000 бат (65 дол. США) для використання під час бронювання відпустки у туристичній компанії. Іншою ініціативою була двомісячна акція Таїландського управління туризму (ТАТ) «Дивовижний розпродаж Таїланду 2020 –

безперервні покупки» зі знижками на авіап перевезення, наземні подорожі та проживання в готелі [18].

У Європейському регіоні ВВП подорожей та туризму скоротився на 51,4% у 2020 році через поточні обмеження мобільності, пов'язані з COVID-19. Поки вітчизняні видатки скоротилися на 48,4%, міжнародні витрати впали з різким рівнем – 63,8%. Однак падіння міжнародних надходжень було нижче середнього глобального падіння – 69,4%, що частково обумовлене деякими внутрішньо-європейськими подорожами. В результаті Європа залишилася на вершині у всьому світі з точки зору надходжень від міжнародних відвідувачів (див. табл. 2.6).

Як бачимо, десять з двадцяти країн-лідерів з міжнародних надходжень, є європейськими країнами (Туреччина за версією ЮНВТО належить до Європейського регіону).

Таблиця 2.6 – Витрати міжнародних відвідувачів у 2019 – 2020 рр. [37]

Місце	Країна	2019 р., млрд. дол.	Країна	2020 р., млрд. дол.
1	США	181,2	Китай	44,6
2	Китай	132,3	США	42,2
3	Іспанія	89,8	Франція	32,5
4	Франція	69,0	Німеччина	22,5
5	Таїланд	63,2	Італія	19,8
6	Німеччина	53,4	Іспанія	19,6
7	Італія	52,1	Таїланд	14,9
8	Японія	49,1	Австрія	13,5
9	Велика Британія	45,7	Туреччина	13,5
10	ОАЕ	39,0	ОАЕ	13,2
11	Туреччина	38,8	Велика Британія	13,0
12	Гонконг	35,9	Мексика	12,0

Продовження таблиці 2.6

Місце	Країна	2019 р., млрд. дол.	Країна	2020 р., млрд. дол.
13	Макао	35,3	Індія	12,0
14	Індія	30,8	Нідерланди	11,9
15	Саудівська Аравія	30,4	Португалія	9,4
16	Південна Корея	26,0	Катар	8,8
17	Австрія	26,0	Швейцарія	8,5
18	Сінгапур	26,0	Японія	8,4
19	Португалія	25,7	Південна Корея	8,3
20	Нідерланди	25,0	Канада	7,0

Як і в інших регіонах, деякі європейські уряди допомогли мінімізувати скорочення внутрішніх витрат шляхом стимулюючих ініціатив. Наприклад, Італія впровадила план порятунку «Italy Cure» у травні 2020 року, який передбачав «бонус у відпустку» до 500 євро, який малозабезпечені сім'ї могли витратити на проживання під час подорожі. Подальша підтримка, оголошена в серпні, включала гранти на туристичні заходи, відкриті для відвідування в історичних центрах міст, та 15 мільйонів євро на просування туризму. Пропонувалося відвідати Сицилію, запустивши схему ваучерів «Дивіться Сицилію», яка пропонує туристам на острів знижку на авіаквитки, безкоштовне проживання на ніч, безкоштовну екскурсію та вхід до культурних визначних пам'яток [37].

Зайнятість у сфері подорожей та туризму впала на 9,3%, що дорівнює 3,6 млн. робочих місць; однак ситуація могла б бути набагато гіршою, якби не оперативні дії уряду, який запровадив схеми утримання робочих місць, щоб врятувати мільйони робочих місць, що опинилися під загрозою. Насправді, схеми захисту робочих місць були запроваджені у багатьох європейських країнах, включаючи такі як Франція, Німеччина, Італія, Іспанія та Велика Британія, з різними рівнями підтримки. Схема збереження роботи

Великої Британії принесла значне полегшення мільйонам співробітників, чий робочі місця збереглися. Схема відпустки, діяла з березня 2020 року і закінчилася у вересні 2021 року. Більшу частину цього періоду грант покривав 80% заробітної плати до 2500 фунтів стерлінгів (3500 доларів США) але без роботи, а також національних страхових та пенсійних внесків. У період з березня 2020 року до середини лютого 2021 року у Великобританії було звільнено 11,2 мільйона робочих місць, а 53,8 мільярдів фунтів стерлінгів виплачено по всій країні. Подібна схема була створена і для само зайнятих [34].

Що стосується світових рейтингів (див. табл. 2.4), деякі європейські країни покращилися, а інші впали в рейтингу. Німеччина опустилася на одне місце з третьої на четверту позицію після падіння внеску галузі до ВВП на 46,9%. Тим часом Італія піднялася на одне місце з шостого на п'яте, незважаючи на те, що внесок у ВВП зменшився на 51%. Примітно, Франція, одна з ключових напрямків у всьому світі з точки зору прибуття міжнародних відвідувачів, незважаючи на пандемію, піднялася на одну позицію з сьомого до шостого місця, хоча внесок у ВВП скоротився майже наполовину (48,8%) [39].

Тим часом Великобританія, яка в 2019 році займала п'яте місце у світі за ринком подорожей та туризму, опустилася на три місця до восьмої позиції, встановивши падіння ВВП на 62,3%. Нідерланди піднялися на два місця з 15-ї до 13-ї позиції після 36,5% падіння ВВП у сфері подорожей та туризму (нижче середньорічного та глобального зниження), тоді як Швейцарія увійшла до 20-ти найбільших економік з туризму після зниження ВВП на 35,4%. Хоча Іспанія була першою країною в Європі та третьою у світі за обсягами витрат міжнародних відвідувачів у 2019 році, вона впала на три місця у 2020 р. і її обігнали Франція, Німеччина та Італія. Насправді, міжнародні витрати відвідувачів зазнали безпрецедентного рівня падіння на 78,2%, частково через обмеження на ключових ринках країн.

ВВП у подорожах та туризмі в Африці у 2020 році впав на 49,2%

відповідно до середньосвітового показника. У той час як внутрішні витрати скоротилися на 42,8%, міжнародні видатки скоротилися на 66,8%. Що стосується втрат зайнятості, Африка зазнала поразки непропорційно більше, ніж в інших регіонах: скорочення робочих місць на 29,3% (7,2 млн.) [41].

Порівнюючи економічні показники субрегіонів, Африка на південь від Сахари виявилася кращою за Північну Африку з подорожами та туризмом ВВП зменшився відповідно на 46,5% та 53,7%. Найбільші африканські економіки з точки зору внеску подорожей та туризму у ВВП у 2020 році порівняно не змінилися з 2019 р. – Єгипет (14,4 млрд. дол.), Південно-Африканська Республіка (11,1 млрд. дол.) та Нігерія (11,0 млрд. дол.). Незважаючи на те, що ці країни очолюють рейтинг, в них спостерігалось скорочення ВВП подорожей та туризму на 55%, 49,8% та 39,3% відповідно.

До пандемії доходи від подорожей та туризму сприяли відновленню та розширенню природних парків та охорона дикої природи у багатьох африканських країнах, а також підтримка засобів існування місцевих громад через туристичні проекти. Наприклад, у випадку Руанди, де ВВП подорожей та туризму виріс на значні 25,3% у 2019 році. Для уряду пріоритетним став розвиток сталого туризму з реальним та відчутним впливом як з точки зору розвитку громад, так і їх збереження. У національних парках, туризм привносить до економіки Руанди понад 18 мільйонів доларів США на рік. З обмеженнями, пов'язаними з COVID-19, вплив на місцеві громади, дику природу та навколишнє середовище був руйнівним. Тому безпечний перезапуск міжнародної мобільності є важливим, враховуючи потенціал сектору знову відігравати значну роль у посиленні соціального впливу [54].

Близький Схід був другим найбільш швидкозростаючим регіоном у 2019 році, після Азіатсько-Тихоокеанського регіону, з зростанням ВВП подорожей та туризму на 3,2%. Це зростання в значній мірі обумовлено Саудівською Аравією, найбільшою країною регіону з точки зору ВВП подорожей та туризму. Із зростанням, що досягло 11,7% у 2019 році, Саудівська Аравія була найшвидше туристично зростаючою країною не лише

на Близькому Сході, а й серед усіх економік G20 у 2019 році. Це неймовірно зростання стало результатом амбітної стратегії «Бачення 2030», яка стимулює трансформацію сектору подорожей та туризму, який включав запуск туризму, країна могла б приймати міжнародних туристів для відпочинку [45].

Однак, регіональний внесок у подорожі та туризм у ВВП на Близькому Сході значно зменшився у 2020 році, впавши на 51,1%, порівняно із середнім глобальним спадом на 49,1%. У той час як внутрішні витрати скоротилися на 42,8%, міжнародні надходження побачили набагато більш стрімке падіння – 70,3%. Регіон, який у 2019 році сильно залежав від міжнародного туризму, показав, що частка міжнародних витрат у загальних витратах на подорожі та туризм знизилася з 62% загальних витрат у 2019 році до 46% у 2020 році. Тим часом внутрішні витрати зросли частково – з 38% від загальної кількості у 2019 році до 54% у 2020 році [42].

У 2020 році зайнятість у сфері подорожей та туризму впала на 17,4%, що дорівнює 1,2 млн. робочих місць (див. табл. 2.3). У Саудівській Аравії зайнятість знизилася на 10,1%, тоді як падіння витрат на подорожі Королівства всередині країни склало 30,9%. За обома показниками падіння були менш серйозними, ніж на решті Близького Сходу. Щоб мінімізувати вплив COVID-19, уряд Саудівської Аравії запровадив кілька заходів підтримки та відновлення, які, ймовірно, допомогли. Субсидія на суму 9 млрд. SAR (2,4 млрд. дол.) підтримувала зарплати саудівців у приватному секторі, включаючи подорожі та туризм. Туристичні збори були знижені, а навчальні програми в липні 2020 року були організовані так, щоб вони співпадали з маркетинговою кампанією «Саудівський літній сезон», покликаною стимулювати внутрішні подорожі до десяти напрямків.

Тим часом в ОАЕ скоротився ВВП у сфері подорожей та туризму на 60,3%, головним чином через сильну залежність країни від міжнародних видатків, яка стала свідком значного падіння.

Хоча під час цієї кризи державна підтримка мала важливе значення,

міжнародна координація є важливішою, ніж будь-коли. Швидке відновлення сектора стане можливим лише за умови, коли керівники, громадськість та чиновники матимуть скоординовану реакцію на відновлення міжнародних подорожей, у тому числі чіткі дорожні карти, правила та протоколи мобільності, що забезпечують впевненість та повертають довіру споживачів.

Людство повинно навчитися співіснувати з вірусом, керуючи ризиком, пропонуючи безпечний досвід подорожей та полегшення обмеження. Все це можливо завдяки комплексному рішенню, включаючи агресивну глобальну ситуацію розгортання вакцинації, комплексний режим тестування для всіх невакцинованих мандрівників, ліквідація карантинів та продовження протоколів охорони здоров'я та гігієни, включаючи носіння масок [2].

Вирішення проблеми поширення коронавірусу уряди країн вбачають у масовій вакцинації населення. У грудні 2020 р. вакцина Pfizer отримала дозвіл на використання у США та низці інших країн і таким чином розпочалась масова вакцинація. Розробка та вдосконалення вакцини – критично важливе завдання для системи охорони здоров'я. Починаючи із квітня 2020 року різними медичними установами та фармацевтичними компаніями розроблялися та тестувалися понад 40 препаратів, що потенційно мають захистити від COVID-19. На сьогоднішній день існує кілька вакцин від коронавірусу (див. табл. 1.1). З кінця грудня 2020 р. країни ЄС розпочали вакцинацію населення, широка вакцинація в ЄС стартувала весною 2021 року, коли країни вже мали достатній запас вакцин [52].

Світовий попит напевне переважатиме можливості виробляти вакцину протягом всього 2021 та 2022 років. Тому постає необхідність визначення тих груп населення, які можуть отримати вакцини першими.

Незважаючи на повільний початок, розповсюдження вакцини проти COVID-19 стрімко набирає темпи по всій Європі, значно підвищуючи довіру споживачів та подорожей. Європейські напрямки вже захоплюють туристичний ринок з боку потенційних вакцинованих мандрівників, особливо з США. На додаток до цього, останніми місяцями спостерігається

сильна кореляція між послабленням обмеження подорожей та зростанням бронювання авіаквитків до певних напрямків, збільшуючи можливість значного літнього сезону. З іншого боку, поява нового варіанту COVID-19 – Delta – може потенційно спровокувати зростання рівня зараження та загрозу припинення багатьох подорожей [52].

Відновлення туристичної економіки неможливе без відродження туристичного сектора, яке, незважаючи на покращення епідеміологічної ситуації, все одно повинно дотримуватись гігієни та здоров'я, протоколів (носіння масок, фізичне дистанціювання тощо), які залишаються в силі в найближчий час і у майбутньому. Споживчі тенденції продовжують обертатися навколо подорожей ближче до дому, короткими вікнами бронювання, мислення під час подорожей «безпека на першому місці» [11].

Тим часом внутрішні подорожі досі підтримували порожнечу, яку залишили міжнародні в'їзні поїздки до Європи, і мають потенціально стати містком для відновлення в тих напрямках, які не сильно залежать від міжнародного туризму. Факт, що темпи відновлення будуть відрізнятися від країни до країни і очікується, що ті країни, де вакцини будуть розповсюджуватися в більш широкому масштабі, відновляться швидше.

Попит на європейські подорожі залишався слабким на початку 2021 року, оскільки прибуття міжнародних туристів скоротилося на 83% у першому кварталі року порівняно з аналогічним періодом 2020 р. Поступове послаблення обмежень, збільшення вакцинації в Європі та вимога ЄС до повноцінної вакцинації мандрівники з третіх країн дають певний імпульс напередодні пікових літніх місяців. Негативні ризики залишаються після сплеску нового штаму вірусу Delta.

Фахівці ЮНВТО провели опитування щодо вакцинації і отримали результат, що масова вакцинація є важливою для того, щоб 54% опитаних європейців мають намір забронювати подорож після того, як вони були щеплені проти COVID-19 (див. рис. 2.8). 75% респондентів вважають, що вакцини проти COVID-19 є єдиним способом покінчити з пандемією, і 49%

погоджуються, що отримати вакцину дуже важливо, це дозволить їм відновити подорожі. Однак нерівномірний рівень вакцинації призведе до нерівномірного одужання у всій Європі [52].

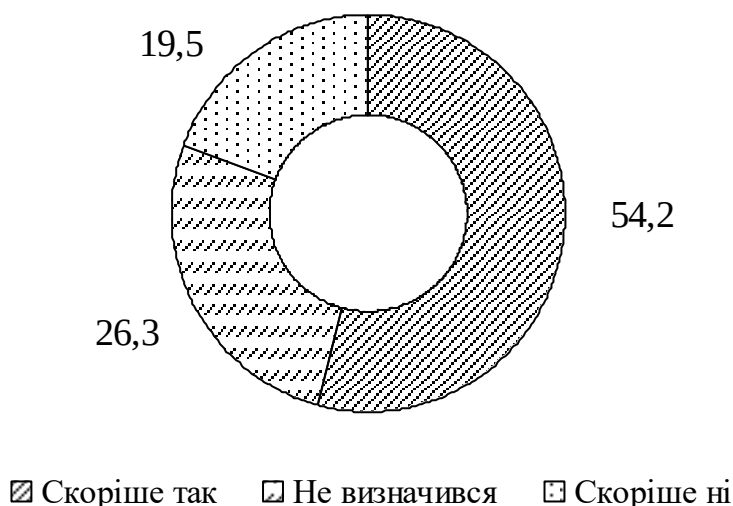


Рис. 2.8 – Відповідь респондентів на питання: «Як тільки я буду вакцинований від COVID-19, я запланую подорож найближчим часом», %

Останні дані показують, що у 3-х з 5-ти звітних напрямків спостерігалось скорочення понад 80%, хоча падіння були меншими, ніж ті, що спостерігалися на початку року або протягом більшої частини 2020 року. Хорватія (+23%), де туризм становить 20% ВВП, стала провідною країною у відмові від більшості обмежень на в'їзд для іноземних мандрівників: ті, хто був вакцинований або показав негативний тест на COVID-19 або одужав від вірусу – мали змогу відвідати Хорватію. В Австрії (–97%) обмеження COVID-19 знищили очікування зимового туристичного сезону. Альпійська країна тепер покладає надії на сертифікат ЄС «Цифровий зелений пропуск», щоб врятувати літній і наступний зимовий сезони [17].

Оголошення про те, що американські вакциновані відвідувачі будуть без проблем впускати у країни Європи, збільшило трансатлантичні подорожі до таких місць, як Ісландія, Хорватія та Греція у травні 2021 року. За даними ForwardKeys до травня, придбані квитки з США до Хорватії (+0,5%) та

Ісландії (+22,7%) навіть перевищили показники 2019 року, тоді як Греція відстала лише на 10,9%. Загальні тенденції продажу квитків до Європи прискорюються, особливо до напрямків у Південному Середземномор'ї. Незважаючи на незначне покращення глобальних RPK за останні місяці, в Європі обсяги RPK були на 82% нижче їх еквіваленту 2019 року у квітні (див. рис. 2.9).

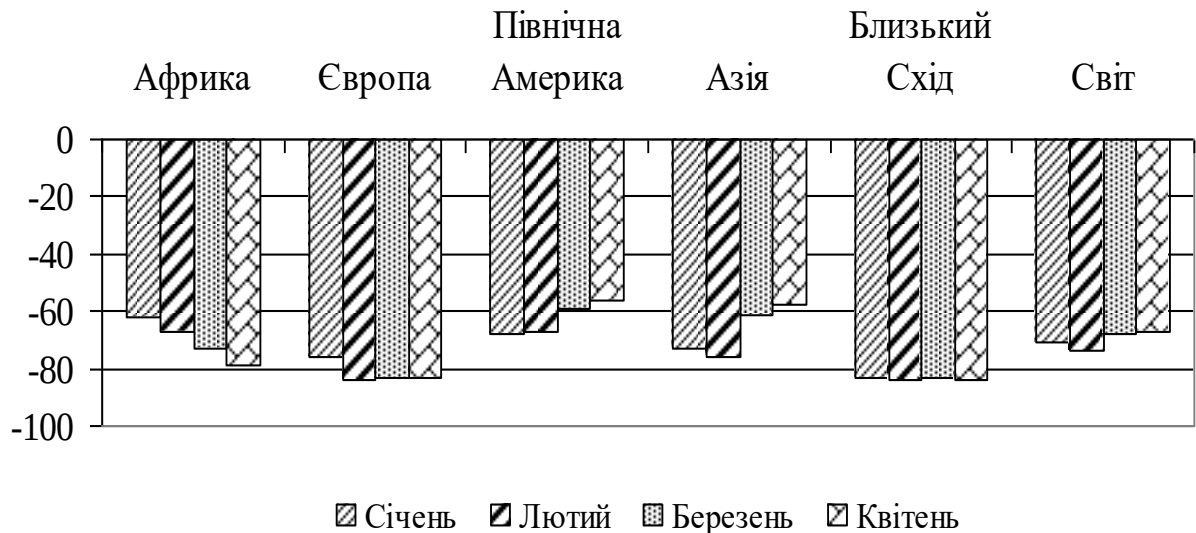


Рис. 2.9 – Зміни у RPK 2021 року у порівняння із 2019 р., % [37]

Виїзні поїздки США мають швидко повернутися до статус-кво, чому сприяють швидкі показники щеплення та скасування заборон на подорожі для повністю вакцинованих мандрівників. Прогноз показує, що «43% американців аби зручніше подорожувати, надихнулися бронювати подорожі внаслідок оголошень про вакцину, причому кожен третій планує взяти або вже взяв відпустку, щоб відсвяткувати вакцинацію». Дані за травень показують збільшення прибуття США лише до Хорватії (+44%). Тим часом у Китаї внутрішній рух продовжує демонструвати значне відновлення допандемійних рівнів, але міжнародні подорожі залишаються на стагнації. До 2021 року всі пункти подання звітів зафіксували різке падіння прибуття та ночівлі китайців.

Внутрішні та внутрішньоєвропейські подорожі й надалі

залишатимуться рятувальним колом для підтримки європейського туризму. Останні прогнози ЮНВТО показують, що на внутрішньоєвропейські подорожі припадатиме 83% частки прибуттів регіону у 2021 році [38].

Оскільки вакцинація набирає обертів по всій Європі, коли близько 62% дорослого населення ЄС отримало хоча б одну дозу вакцини, європейський попит на подорожі цього літа може наздогнати доковідні часи. Сертифікат Європейського Союзу в галузі цифрового COVID-19, який був успішно протестований кількома країнами-членами ЄС, діє з 1 липня і, як очікується, сприятиме звільненню затримки попиту на подорожі та накопиченої надлишкової економії під час пандемії [3].

Індустрія розміщення почала помічати деякі зелені пагони відновлення після складного початку 2021 року. Ринки Азійсько-Тихоокеанського регіону зайняли більш високі показники зайнятості в перші п'ять місяців 2021 року порівняно з тим же періодом рік тому, коли багато готелів були змушені закривають свої двері, щоб або вижити, або дотримуватися розпоряджень про закриття, виданих урядом. У 2021 році цей тиск дещо зменшився. Незважаючи на те, що у 2021 р. рівень ADR залишався нижчим порівняно з 2020 р., готелям регіону вдалося збільшити RevPAR на 8,4%, хоча це залишається значно нижче рівня до пандемії. Попит у регіоні носив переважно внутрішній характер, а урядові обмеження на поїздки все ще забороняли будь-який значний обсяг міжнародного попиту [12].

Історія схожа і в Америці, хоча рівень зайнятості не повернувся так сильно, як у Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Таким чином, RevPAR залишився нижчим (–1%) порівняно з аналогічним періодом минулого року. На Близькому Сході та в Африці всі показники роботи готелів були нижчими порівняно з аналогічним періодом рік тому; з набагато більшою залежністю від попиту на далекі поїздки порівняно з іншими регіонами, обмеження на поїздки мали більший вплив, оскільки вони, як правило, менш сприятливі для далеких поїздок (див. рис. 2.10).

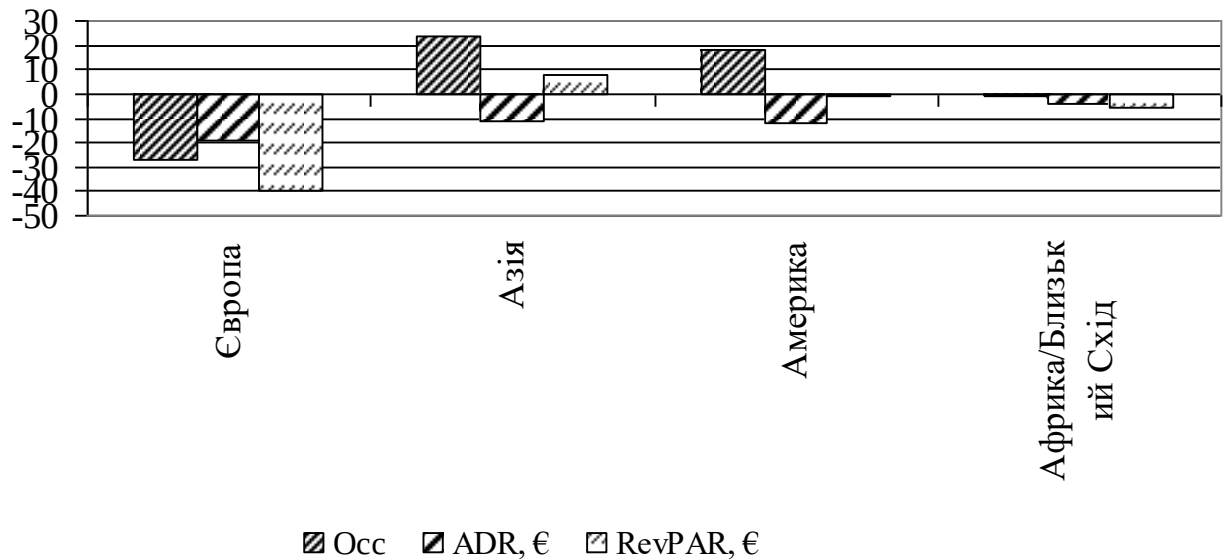


Рис. 2.10 – Основні показники наповнюваності готелів за січень-травень з початку 2021 р., % змін [46]

На європейських ринках, оскільки жорсткіші обмеження та карантини, впроваджені протягом першого кварталу, залишалися в силі й у другому кварталі, не дивно, що ознаки відновлення відсутні у всіх показниках ефективності. Однак, нещодавнє послаблення карантинів та обмежень на поїздки, підкріплене високими показниками вакцинації в регіоні, віщує хороші позиції на літо, оскільки очікувалося, що внутрішній та внутрішньо-регіональний попит стимулюватиме зростання [37].

Наразі триває відновлення внутрішніх та короткомагістральних подорожей, імовірно, що деякі з них помітно покращаться з настанням літа та обмеження зменшаться суттєвіше, чому сприяє успішне впровадження вакцин. Також є кращі перспективи зростання глобальних подорожей після гнітючого початку року. Покращений рівень вакцинації збільшив можливості країн підтримувати низький рівень випадків зараження коронавірусом та мати можливість поступово скасовувати обмеження на міжнародні поїздки. Але очікується, що попит на далекі подорожі буде відновлюватися повільніше, а бар'єри залишаться на місці і після кінця 2021 року.

Відкриття секторів гостинності та роздрібної торгівлі піднімає перспективи для європейського туризму. Зараз ЮНВТО прогнозує зростання ВВП на 4,3% у 2021 році (проти 4,2% минулого місяця) та збільшення до 4,6% у 2022 році [37].

Отже, пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ із часів Другої світової війни. З'явившись в Азії наприкінці минулого року, вірус поширився на кожен навіть на Антарктиду. Після спалаху коронавірусної інфекції прогнозовані показники на 2020 рік знижувалися кілька разів, що було спричинено високим рівнем невизначеності. Поточні сценарії вказують на падіння обсягу прибуттів міжнародних туристів, що залежить від швидкості поширення коронавірусної інфекції та тривалості дії обмежень і закриття кордонів. При цьому перспективи подальшого розвитку подій залишаються незрозумілими. Попереду світ усе ще чекають серйозні проблеми, починаючи з невизначеної тривалості періоду пандемії та завершуючи обмеженнями на пересування, і все це в контексті глобальної економічної рецесії. Країни в усьому світі впроваджують широкий ряд заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектора.

РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У КОВІДНОМУ ПРОСТОРІ ТА ШЛЯХИ ПІДТРИМКИ МІКРОПІДПРИЄМСТВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1. Тенденції та прогнози розвитку туристичного бізнесу у постковідну епоху

У червні та липні 2021 року міжнародний туристичний бізнес ознаменувався пожвавленням, оскільки деякі напрямки послабили обмеження на подорожі, а глобальне впровадження вакцинації просунулося у багатьох частинах світу.

Згідно з останнім виданням Всесвітнього туристичного барометра ЮНВТО, приблизно 54 млн. туристів перетнули міжнародні кордони в липні 2021 року, що на 67% менше, ніж у тому ж місяці 2019 року, але це найсильніші результати з квітня 2020 року. Приблизно 34 млн. міжнародних прильотів було зареєстровано у липні 2020 року, хоча це набагато нижче 164 мільйонів, зареєстрованих у 2019 році [38].

У більшості напрямків, що подають дані за червень та липень 2021 р., спостерігається помірне відновлення міжнародних прибуттів порівняно з 2020 р. Тим не менш, 2021 р. продовжує залишатися складним роком для світового туризму, а міжнародні прибуття скоротилися на 80% у січні – липні порівняно з 2019 р. Азія та Тихоокеанський регіон продовжують зазнавати найслабших результатів у період з січня по липень: 95% падіння міжнародних прильотів порівняно з 2019 роком. Близький Схід (–82%) зафіксував друге за величиною падіння, Європа та Африка – обидві мінус 77%. В Америці (–68%) спостерігалось порівняно менше зниження, причому Кариби показали найкращі показники серед світових субрегіонів.

Тим часом деякі невеликі острови в Карибському басейні, Африці та Азії та Тихому океані разом з кількома невеликими європейськими напрямками зафіксували найкращі показники у червні та липні, при цьому

прибуття було майже до рівня пандемії, а іноді й перевищувало його [46]. Це покращення було підкріплено відкриттям багатьох напрямків для міжнародних подорожей, переважно в Європі та Америці.

Послаблення обмежень на подорожі вакцинованих мандрівників у поєднанні з прогресом у впровадженні вакцин проти COVID-19 сприяло підвищенню довіри споживачів та поступовому відновленню безпечної мобільності в Європі та інших частинах світу. Навпаки, більшість місць призначення в Азії залишаються закритими для несуттєвих подорожей.

Справжній перезапуск туризму та його переваги залишаються призупиненими, оскільки суперечливі правила та нерівномірний рівень вакцинації продовжують впливати на довіру до подорожей.

Хоча DESTINACIЇ продовжували повідомляти про слабкі доходи від міжнародного туризму протягом перших семи місяців 2021 р., у кількох із них липні відбулося помірне поліпшення, а деякі навіть перевищили прибутки 2019 р. Серед таких напрямків – Мексика, яка заробила приблизно такі ж прибутки від туризму у червні 2021 року, як і в 2019 році, а в липні спостерігалось збільшення на 2% порівняно з 2019 роком [45].

Те ж саме стосується і виїзних подорожей. Серед великих ринків у липні Франція (–35%) та США (–49%) помітно покращилися, хоча витрати на туризм все ще були значно нижче рівня 2019 року.

Перспективи на вересень-грудень 2021 року залишаються неоднозначними, згідно з останнім опитуванням експертної групи ЮНВТО, 53% респондентів вважають, що період буде гіршим, ніж очікувалося. Лише 31% експертів очікують кращих результатів до кінця року. Опитування також показує, що більшість професіоналів у сфері туризму продовжують очікувати відскоку, зумовленого спровокованим уповільненим попитом на міжнародні подорожі у 2022 році, переважно протягом другого та третього кварталів [38].

Майже половина всіх експертів (45%) продовжують спостерігати повернення міжнародного турбізнесу до рівня 2019 року у 2024 році або пізніше, тоді як 43% вказують на відновлення у 2023 році. За регіонами

найбільша частка експертів вказує на повернення до рівня 2019 року у 2024 році або пізніше в Азії та Тихоокеанському регіоні (58%). У Європі половина респондентів зазначили, що це може статися у 2023 році. Близький Схід є найбільш оптимістичним, і повне відновлення очікується до 2022 року (див. рис. 3.1).

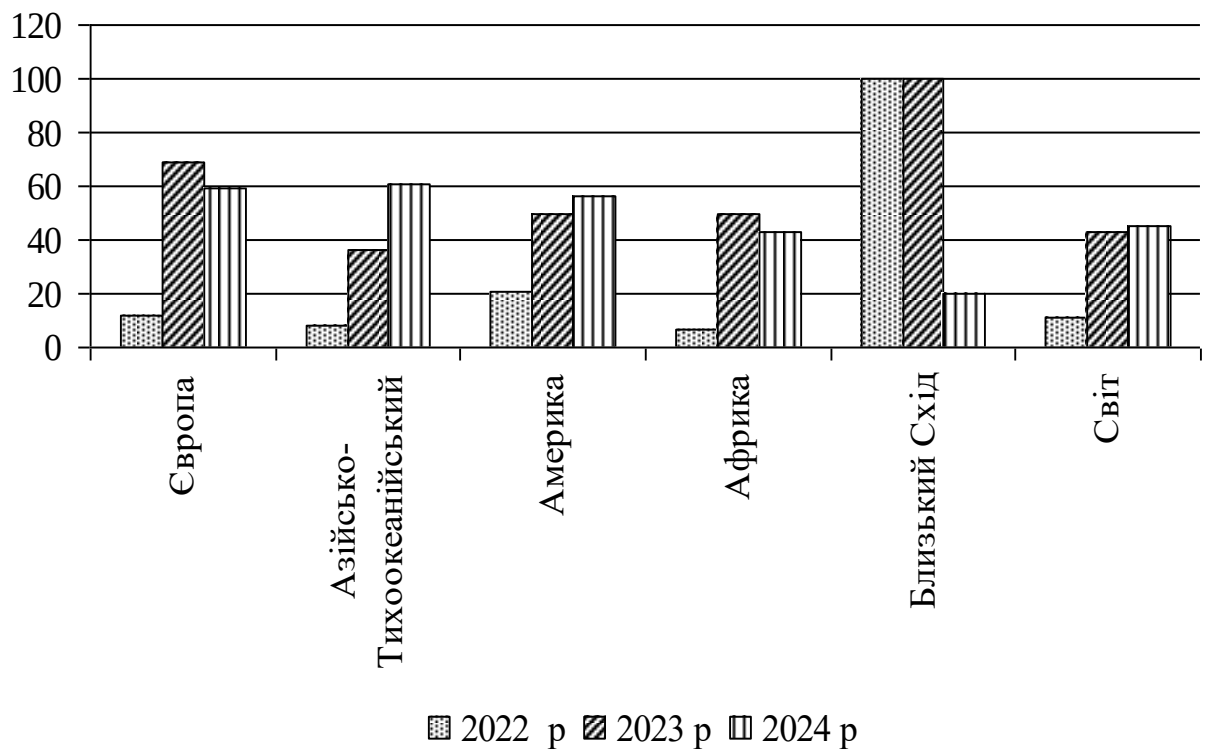


Рис. 3.1 – Відповіді експертів щодо вірогідності повернення рівня розвитку міжнародного турбізнесу до рівня 2019 року, % [45]

Опитування Travel Leaders Group та Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC) серед 3000 мандрівників виявило, що майже 70% спочатку планували відпочити у 2021 році. Euronews також каже, що люди хочуть подорожувати. Однак можливість подорожувати все ще залишається в повітрі залежно від місця призначення та походження, громадянства та статусу вакцинації, інших факторів [54].

Серед заходів, які можуть сприяти збільшенню подорожей, респонденти найбільше голосів віддали саме масовій вакцинації населення (див. рис. 3.2). З глобальної точки зору, щеплення в розпалі. На жаль, кожна

країна вакцинує своїх громадян з різною швидкістю, і досі не існує єдиного загальноприйнятого методу перевірки та доведення вакцинації.

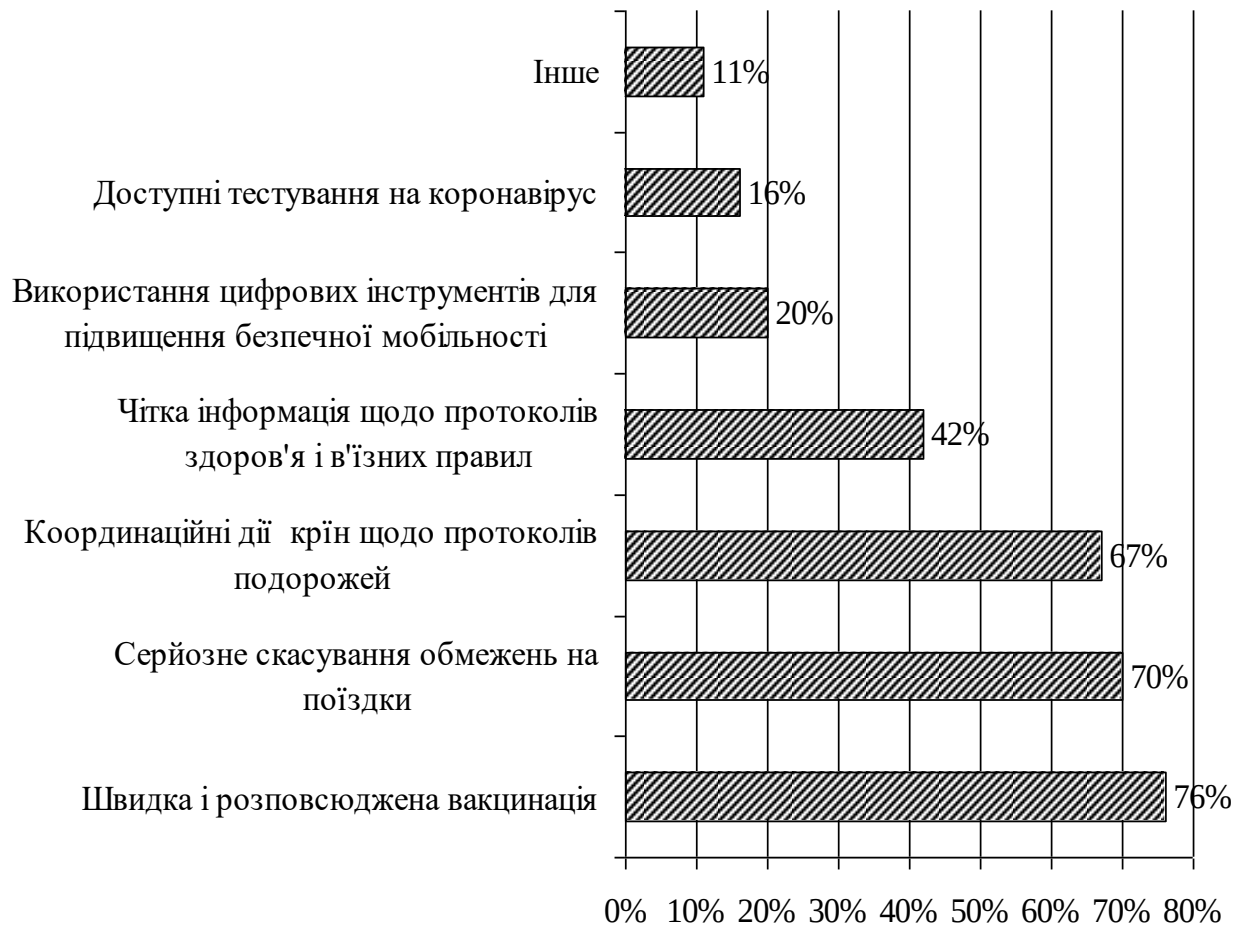


Рис. 3.2 – Відповіді респондентів щодо заходів, завдяки яким може збільшитися кількість міжнародних подорожей, % [45]

Відновлення внутрішніх і короткомагістральних перевезень наразі триває, з деякими помітними покращеннями. Розширений рівень вакцинації збільшив можливість країн підтримувати низький рівень кількості випадків коронавірусу, пом'якшення внутрішніх обмежень і можливість поступового зняття обмежень на міжнародні подорожі.

З 1 липня цифровий сертифікат ЄС Covid-19 доступний і діє в усьому ЄС. Сертифікат полегшує подорожі країнами ЄС. Він безкоштовний і визнаний у всіх 27 країнах-членах ЄС, а також у Росії, Ісландії, Ліхтенштейні, Норвегії та Швейцарії [52].

Але очікується, що попит на далекі подорожі буде відновлюватися повільніше, оскільки бар'єри залишаються на місці. Очікуються, що ночівля внутрішніх відвідувачів у європейських напрямках повернуться до обсягів 2019 року до 2022 року, а внутрішньорегіональні ночі відвідувачів (тобто короткочасні) відновляться до 2023 року, очікується, що ночі відвідувачів із ринків далеких перевезень не повернуться до обсягів 2019 року в середньому до 2025 року (див. рис. 3.3).

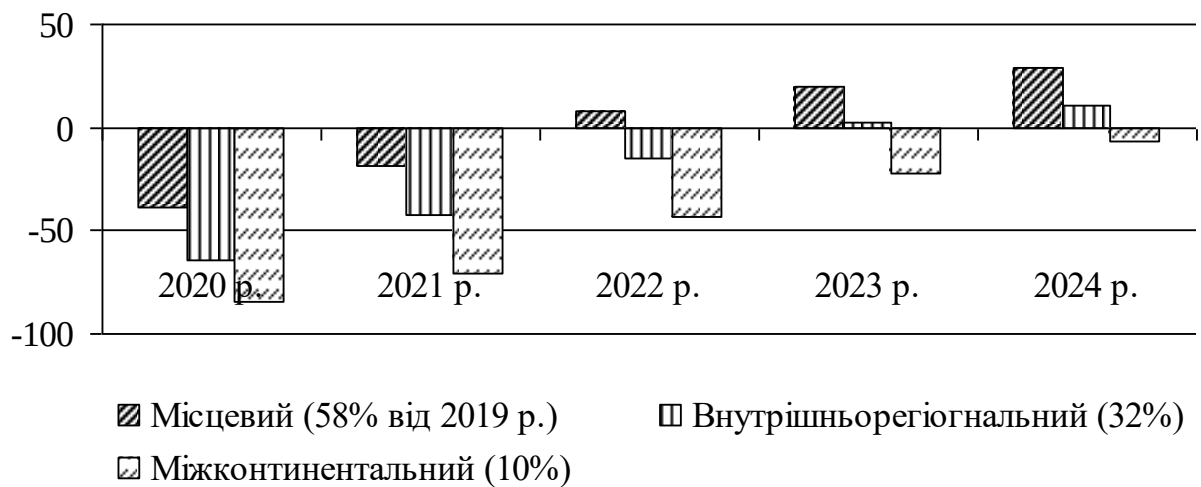


Рис. 3.3 – Відновлення Європи в сегментах подорожей, % [46]

Глобальні прогнози подорожей від Tourism Economics наведено на основі в'їзду та виїзду в таблиці 3.1. Це результати моделі Global Travel Service (GTS), яка детально оновлюється тричі на рік. Прогнози узгоджуються з макроекономічними прогнозами Oxford Economics відповідно до оцінених взаємозв'язків між туризмом та економікою в цілому.

Таблиця 3.1 – Прогноз зростання відвідувачів, % змін [45]

Регіон	Внутрішні					Зовнішні				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
Європа	-68,1	58,9	56,9	22,2	10,4	-67,1	53,6	58,9	23,3	10,9

Продовження таблиці 3.1

Регіон	Внутрішні					Зовнішні				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
Азійсько-Тихо-океанський	-84,0	45,1	131,0	53,9	21,9	-83,7	53,1	125,1	49,1	21,0
Америка	-68,6	26,7	73,2	28,2	16,4	-71,3	29,6	73,5	28,6	16,4
Африка	-74,1	40,3	67,8	35,6	20,2	-71,9	31,4	66,2	33,1	17,0
Близький Схід	-74,7	44,9	84,7	33,8	20,6	-73,0	53,7	68,9	33,6	18,6
Світ в цілому	-72,8	49,8	71,5	30,3	14,9	-72,4	48,3	72,2	30,0	14,6

Подорожі продовжують розвиватися. Деякі нові тенденції подорожей у 2021 році відображають нову реальність нинішнього віку. Наприклад, віддалена робота дає можливість людям подорожувати і довше перебувати в районі. Вони можуть вибрати місцеве житло, а не зайнятий готель і поєднувати роботу з подорожами.

Інші тенденції подорожей, як-от оздоровчі подорожі, не обов'язково є новими, але й надалі залишатимуться в авангарді подорожей. Не дивно, що люди хочуть почуватися краще, коли повертаються додому.

Подорожі 2021 року формуються по-різному для вікових груп. Згідно з дослідженням SAP Concur, 38% міленіалів хочуть здійснити міжнародну поїздку подалі у 2021 році. Літнім мандрівникам (від 55 років і старше) більше цікаво залишатися ближче до дому [45].

Широкі теми подорожей включають наступні особливості.

1. Заспокоєння. Висвітлювати протоколи прибирання, соціальне дистанціювання та бути в курсі прикордонних обмежень на в'їзд залишатимуться необхідними. Допоможуть цифрові паспорти здоров'я та безконтактні технології.

2. Гнучкість – Delta, American та багато інших авіаперевізників скасували збори за зміну дати вильоту, щоб допомогти мандрівникам

відчувати себе комфортніше, бронюючи квитки. Якщо запропоноване місце призначення стане гарячою точкою, люди, ймовірно, захочуть почекати або вибрати нове місце.

Зокрема, ці тенденції подорожей 2021 року проявляються у вподобаннях ділових людей, пандемія лише прискорила їх. Поєднання ділових подорожей та відпочинку продовжує залишатися тенденцією подорожей. Більше людей хочуть подорожувати повільніше і знайомитися з місцевими громадами, куди вони подорожують. Частиною цього імпульсу є дистанційна робота та навчання в школі. Набагато простіше замовити більш тривалу поїздку та поєднати роботу та навчання, досліджуючи нову область. Крім того, привабливо їхати в сонячний, теплий клімат з меншою кількістю інфекцій COVID [10].

Згідно зі статтею Phocuswire, дані TripIt показують, що люди бронюють тривалі поїздки і часто вибирають короткострокову оренду, де їм буде комфортно. Короткострокова оренда, як-от ті, що використовують AirBnB, Vrbo та інші, дають можливість уважніше стежити за своїм оточенням та тими, хто в ньому, ніж у звичайному готелі. Крім того, вони дають вам можливість жити більше як місцевий житель [57].

3. Самостійне бронювання. Бізнес-мандрівники хочуть мати підтримку людини на випадок складних проблем, пов'язаних із подорожами. Однак для первинного бронювання вони, швидше за все, зроблять це самі. За даними Business Travel Trends, 63% мандрівників вважають за краще бронювати подорож самостійно. Ймовірно, це відображає загальні зміни, оскільки міленіали зараз становлять приблизно 50% робочої сили.

4. Безконтактні технології. Ще одна тенденція подорожей у 2021 році – безконтактні технології, які залишаються незмінними. Тепер, коли кожен має на увазі миття рук та мікроби, записи без ключа та цифрові меню знайшли місце в екосистемі подорожей. Пандемія лише прискорила впровадження цих новинок у туристичній індустрії [41].

5. Віртуальні помічники та штучний інтелект. Штучний інтелект

використовує дані, щоб робити прогнози на основі минулої поведінки. Це причина, чому такі компанії, як Amazon, Spotify та Netflix, можуть запропонувати вам персоналізований вибір розваг. Він також може запропонувати відповідні варіанти розваг у місцях призначення та надати інші персоналізовані рекомендації. Крім того, віртуальні помічники, такі як Siri, можуть надавати оновлення маршруту.

6. Тестування на вимогу. Від наборів для домашнього тестування до тестування на місці в готелях та аеропортах, швидке тестування на COVID (результат за 15 хвилин) може бути життєво важливим для зменшення проблем із вірусом та карантинном.

7. Актуальні дані про обмеження. Одним із найскладніших питань у подорожах сьогодні є знання прикордонних правил та обмежень на поїздки. Оскільки через пандемію країни відкривають і закривають кордони, а правила карантину відрізняються, необхідно мати інструмент, який інформуватиме всіх. Наприклад, це рішення щодо обмежень на в'їзд COVID-19, яке використовується Iberia (та іншими), надає актуальну та точну інформацію про обмеження в будь-якому пункті призначення [57].

Тепер, коли в усьому світі введено мільярди доз, а кількість вакцинацій продовжує зростати, можна сказати напевно: туристична індустрія повернеться. Ті, хто продовжує спілкуватися з клієнтами зараз і запевняє їхню безпеку, отримають винагороду, коли ці клієнти знову вирішать подорожувати. Майбутнє подорожей буде включати заспокоєння в багатьох аспектах. Подібно до того, як 11 вересня змінило подорожі, пандемія дозволить мандрівникам більше знати про заходи охорони здоров'я.

3.2. Підтримка мікропідприємств Запорізької області шляхом створення інформаційно-консультаційного хабу

Доречно констатувати, що останні п'ятдесят років питання захисту прав споживачів туристичних послуг в переважній більшості країн світу займає

провідне місце. Наближення України до вступу в простір Європейського Союзу потребує застосування вітчизняними організаціями європейських стандартів якості та створення передумов для реалізації права кожного мандрівника на гідний рівень безпеки туристичних послуг. Нажаль, система захисту прав споживачів туристичного продукту в нашій державі має більш декларативний характер, не містить конкретних шляхів покращення ситуації в цій сфері в умовах COVID-19, потребує вдосконалення відповідно до сучасних норм ЄС. Прагнення до вступу до ЄС ще не стало поштовхом для винесення питання захисту прав споживачів на якісний європейський рівень.

Відомо, що у розвинених країнах споживач є основним суб'єктом в бізнесі, на нього орієнтоване виробництво туристичного продукту та рівень якості туристичних послуг. Дуже часто для регулювання медичних формальностей та коронавірусних змін ситуації в сфері захисту прав споживачів законодавці посилюють відповідальність фірм за порушення прав інформування туристів про умови отримання якісної і безпечної послуги. Однак, посиленням санкцій і відповідальності за порушення правил надання й продаж небезпечної туристичної послуги за умов COVID-19 кардинально змінити ситуацію вважається малоефективним, адже іноді надприбутки, отримані шляхом порушення прав споживачів, значно важливіші для продавців туристичної послуги, ніж розміри штрафів. Туристичні мікрофірми з філософією недобросовісної конкуренції постійно ведуть пошук шляхів та сфер нівелювання дії законів [9].

Права споживача туристичних послуг захищаються Законом України «Про туризм», Законом України «Про захист прав споживачів», відповідними положеннями Цивільного кодексу України [15]. Практичний досвід підтверджує порушення прав туристів щодо безпеки наданих послуг в умовах COVID-19. Аналіз скарг споживачів дозволив виокремити такі типи порушень: 1) наявність окремих пунктів договору, які суперечать чинному законодавству; 2) відсутність достатньої та достовірної інформації про безпечний туристичний продукт в місцях відпочинку, рекреації; 3)

невідповідність медичних формальностей щодо проживання і місць розміщення попередній інформації; 4) часткова або повна заміна маршруту і програми перебування туристів; 5) використання агресивних технологій продажу медичних товарів та послуг; 6) низька безпека сервісу і невідповідність стандартам обслуговування; 7) сумнівна кваліфікація персоналу, його недоброзичливе та брутальне ставлення до клієнтів [15].

Сьогодні базовим стимулом для покращення ситуації в сфері захисту прав та інтересів покупців і споживачів туристичних послуг має бути здорова конкуренція між продавцями послуг у сфері туризму, оскільки саме компанії зацікавлені в якості послуги, у найкращому співвідношенні ціни та якості, у тому, щоб споживач мав право вибору і надавав перевагу саме їх пропозиції. Права споживачів повинні превалювати над правами продавців й виробників. В той же час, обізнаність споживачів в Україні має низький рівень. Покупці туристичних послуг знають про статті закону «Про захист прав споживачів», але більшість відмовляються підвищувати рівень споживчої культури відносно медичних формальностей [7].

Споживча посткоронавірусна культура має стати пріоритетом в атрибутах формування поведінки сучасного споживача і бути заснованою на факторі знання. Дійсно, обізнаність покупців про власні права в сфері отримання туристичних послуг є безпековим виміром для життя та здоров'я, а також повагою до їх гідності. В інформаційному просторі вітчизняного суспільства існує дефіцит контенту щодо вивчення прав споживачів туристичного продукту в умовах COVID-19. Дієвим виходом з цієї ситуації повинно стати підвищення певного рівня обізнаності споживачів і отримання «базового освітнього рівня споживача» (уроки в школах, спеціальні та програмні курси в закладах вищої освіти, організація курсів для відповідальних споживачів) [8].

Кожен свідомий турист-мандрівник повинен відчувати відповідальність та усвідомлювати особисту роль в покращенні споживчої культури і безпеки. Тобто, головним фактором у виході на новий якісний рівень захисту і

забезпечення прав, інтересів споживачів є юридична та споживча обізнаність людини, яка знає свої права та шляхи їх захисту.

Взагалі, пріоритетом в цій сфері є налагодження ефективного діалогу між державними органами, мікробізнесом і споживачами туристичного продукту для отримання позитивного результату з вирішення проблем захисту прав споживачів туристичних послуг. Запорукою успіху для досягнення високих стандартів безпеки туристів є співпраця державних органів, громадських організацій та споживачів. В країнах Європи провідне місце в забезпеченні захисту споживачів посідають саме громадські організації, які спрямовують діяльність на боротьбу з нечесними продавцями, допомагають пересічним громадянам відстоювати свої права й інтереси в судових та державних органах, притягувати винних до відповідальності [48].

Звертаючись до специфіки продажу туристичного продукту кінцевим споживачам слід зазначити, що інформування туристів про медичні формальності, їх зміни в коронавірусному бізнес-середовищі, нові підходи в туристичній сфері про медичні особливості в питаннях захисту прав споживачів покладено на мікропідприємства. За цією логікою, доречним буде наведення факту, що відповідно до Стаття 2 «Закону про бухгалтерський облік» з 01.01.2018 р. застосовується нова класифікація підприємств з поділом на мікро-, малі, середні та великі (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Визначення категорії підприємств (мікро-, малі, середні та великі) [1]

Категорія підприємства	Критерії оцінки за рік, що передуює звітному		
	Балансова вартість активів, євро*	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), євро	Середня кількість працівників, осіб
Мікропідприємства	до 350 тис.	до 700 тис.	до 10
Малі	до 4 млн.	до 8 млн.	до 50
Середні	до 20 млн.	до 40 млн.	до 250
Великі	понад 20 млн.	понад 40 млн.	понад 250

Специфіка організації туристичного бізнесу мікропідприємствами свідчить про його переваги та недоліки. До переваг мікробізнесу віднесено:

- по-перше, низькі стартові витрати і повний контроль над туристичною фірмою. Тобто, маючи навіть невеликий стартовий капітал є всі шанси відкрити невелике, але успішне туристичне підприємство. Причому дуже часто на відкриття вистачає або особистих заощаджень, або підтримки родичів і друзів. Крім того, власник туристичної мікрофірми завжди може застосовувати єдиновладним рішення в управлінні, не витрачаючи даремно час на зайву бюрократію та, відповідно рішення приймаються швидко, адекватно та оперативно;

- по-друге, легкість в управлінні. Завдяки оптимальним розмірам, мікробізнесом значно легше управляти і контролювати всі процеси. Власник завжди може тримати руку на пульсі свого туристичного підприємства, знаючи повномасштабний стан справ та процесів;

- по-третє, мобільність і гнучкість. Мікробізнес досить легко підлаштовується під вимоги ринку і необхідні коректування відбуваються досить швидко. Крім того, туристичний мікробізнес більш орієнтований на кінцевого споживача туристичних послуг;

- по-четверте, зручно просувати за рахунок великої кількості економних засобів [51].

Одночасно з перевагами, виокремлено основні недоліки мікробізнесу, а саме:

- по-перше, обмежений капітал. Недостатня кількість оборотних коштів стримує розвиток мікрофірм, а це позначається на рівні економічної безпеки за захисту інтересів;

- по-друге, труднощі в конкуренції з великими та середніми туристичними фірмами. Мікробізнес часто може виявитися в не вигідному положенні, оскільки більші за масштабом конкуренти мають «розкручений» привабливий бренд і більш потужні важелі впливу;

- по-третє, слабе лобіювання інтересів бізнесу. Середні та крупні

туристичні компанії мають більш потужний правовий та політичний капітал для захисту власних інтересів;

– по-четверте, важкість в отриманні об'єктивної, достовірної та точної інформації [31].

Зрозуміло, що навіть в епоху діджиталізації бізнесу націленість мікропідприємств на кінцевих споживачів туристичних послуг не зможе забезпечити на 100% безконтактні форми спілкування за вектором «продавець-покупець» у найближче десятиріччя. З цих причин, все ще великого значення має принцип регіонального розподілу підприємств мікробізнесу. Так, в таблиці 3 представлено динаміку змін кількості малих та мікропідприємств Запорізької області за видами економічної діяльності за період з 2015 по 2019 роки (див. дод. Б) [6].

За даними таблиці, представленої у додатку Б, зроблено висновок, що кількість підприємств малого та мікробізнесу зросла у 2019 році відносно 2015 року, і це підтверджує вірний напрямок розвитку регіону.

У додатку В представлено узагальнені дані співвідношення кількості мікропідприємств Запорізької області до їх загальної кількості за аналогічний період часу. За даними таблиці додатку В можна прослідкувати зміни у структурі мікробізнесу Запорізької області за кожним видом економічної діяльності. Безумовно, надзвичайно складно виокремити за таким розподілом мікропідприємств за видами економічної діяльності ті підприємницькі структури, які мають відношення до сфери туризму. За більш чітких позицій одних напрямків («тимчасове розміщування й організація харчування») маємо визнати, що інші напрямки організації бізнесу також опосередковано можуть мати відношення до надання туристичних послуг споживачам («промисловість» – організація промислового туризму; «операції з нерухомим майном» – бізнес-подорожі, тощо) [51].

За такої структури поділу мікропідприємств такі види, як «тимчасове розміщування й організація харчування», «мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» і «транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська

діяльність» умовно слід віднести до сфери гостинності Запорізької області (у 2019 році кількість цих мікропідприємств склала 838 бізнес-одиниць). Сфера гостинності, в широкому розумінні, є комплексом галузей, основне завдання яких пов'язане з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До неї, згідно з визначеннями провідних спеціалістів, належать готельний і ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, своєрідні розваги [49].

За результатами опитування керівників туристичних мікропідприємств Запорізької області за умов COVID-19 найбільше навантаження на бізнес відносно врахування вимог дотримання медичних формальностей та опанування претензій споживачів щодо захисту їх прав на отримання безпечної послуги мають готелі та ресторани [12]. Отже, доцільно виокремити готельно-ресторанну індустрію як комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно (319 мікропідприємств Запорізької області віднесено до виду економічної діяльності «тимчасове розміщування й організація харчування») в такому аспекті, як надання інформаційної допомоги щодо змін медичних формальностей в туризмі.

На основі узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду відносно визначення сутнісних характеристик індустрії гостинності можна констатувати, що вона охоплює різні форми діяльності в сфері послуг, пов'язані з прийняттям і обслуговуванням гостей, а саме:

- це види обслуговування, які базуються на принципах гостинності та характеризується щедрістю і дружелюбністю стосовно споживачів;
- це сукупність суб'єктів підприємництва, таких як готелі і мотелі, туристичні агентства, об'єкти показу. Для всіх цих підприємств є спільним те, що їх продукт є комплексом фізичних, соціальних, емоційних компонентів;
- підприємства індустрії гостинності (ресторани, готелі, курорти) беруть участь в створенні невидимого продукту, придатного до вживання тільки у момент його пропозиції споживачеві [13].

Отож, гостинність є процесом прийняття і обслуговування гостей. Сучасний готельний мікробізнес Запорізької області станом на 2020 рік характеризується наявністю різних форм і видів підприємств розміщення. Узагальнюючи теоретичні положення і досвід практики з тематики дослідження, необхідно відзначити, що трактування певного типу готельного підприємства повною мірою залежить від його призначення та комплексу послуг, що надаються клієнтам [48].

Виходячи з досвіду розвинених країн зроблено висновок, що в Україні установи з підтримки мікропідприємств в сфері туризму та гостинності в умовах COVID-19, незалежно від їх назви і організаційно-правової форми, повинні виконувати такі функції: забезпечення науково-правової та інформаційно-медичної співпраці вітчизняних туристичних підприємств мікробізнесу з європейськими партнерами, проведення організаційно-структурного аудиту, налагодження трансферу інформаційних, інноваційних і сервісних технологій від науково-дослідницьких установ до компаній мікробізнесу, співпраця з місцевими органами влади у сфері розповсюдження інформації в туристичній сфері, організація навчання підприємців щодо захисту прав споживачів, дослідження інноваційного туристичного потенціалу регіону, організація надання інформаційних, консультаційних, фінансових, правових, освітніх послуг, співпраця з організаціями підтримки мікробізнесу та експертами у сфері туристичного права, медичних формальностей, захисту прав споживачів, вакцинації туристів, гостинності.

Все більш популярною інформаційно-консультаційною структурою нині стає термін «хаб», який потрапив до нас із Англії, а його загальна сутність дедалі ширше охоплює країни Європи, і Україна не стала винятком. Нажаль, знайомі з хабами далеко не всі суб'єкти мікробізнесу і не всі розуміють призначення. Дослівно, «hub» з англійської перекладається як «вузол, розвилка». Споживачам більш відомі такі значення цього терміну:

– по-перше, налаштування для підключення декількох пристроїв через «USB»;

– по-друге, вузлові аеропорти, де можна пересісти на інший літак для подальшої подорожі.

Однак, в межах даного дослідження, такий віртуальний «вузол» доречно визначити, як «точка збору», «майданчик зустрічей», «простір спілкування». Тобто, інформаційно-консультаційною хаб має бути результатом діяльності спільноти однодумців, інтереси яких зосереджені на тому, щоб зробити мікробізнес у сфері туризму економічно безпечним, захищеним у правовому полі, привабливим і ефективним за рахунок надання сучасних, якісних і унікальних послуг споживачам [53].

Практика вітчизняного утворення хабів свідчить про їх виникнення на підґрунті трансформації, в основному, соціальних явищ (розвиток міста, району, громади, тощо). З позиції поєднання інформаційно-консультаційних інтересів щодо опанування медичними формальностями, сучасними знаннями щодо захисту прав споживачів та зростання рівня економічної безпеки компаній мікробізнесу, таке віртуальне місце повинне бути центром інформаційно-консультаційних ініціатив, організації консультацій, реалізації неформального навчання, майстер-класів, площею народження партнерських проектів боротьби з COVID-19 [47].

У цьому дослідженні пропонується створення інформаційно-консультаційного хабу для підвищення рівня обізнаності медичними формальностями, економічної безпеки, захисту інтересів туристичних підприємств мікробізнесу Запорізької області в умовах дії COVID-19. Пріоритетним напрямком співпраці різних контактних груп є консультативна, інформаційна, освітня, виховна робота з представниками туристичних мікропідприємств регіону у галузі медичних формальностей з метою захисту прав споживачів на отримання безпечної туристичної послуги.

Розуміння місії та базової потреби створення інформаційно-консультаційного хабу, передусім, повинно бути опановано суб'єктами мікробізнесу. Однак, узагальнюючою метою стане така: хаб має відбутися як

центр інформаційно-консультаційної діяльності, освітній простір цифрового формату, що інтегрує інтереси зацікавлених суб'єктів бізнесу сфери гостинності Запорізької області, які бажають постійно розвиватися, шукають нові ідеї щодо виживання, зростання рівня власної економічної безпеки та сталого розвитку в умовах дії факторів коронавірусного середовища, прагнуть отримати не тільки теоретичні знання, а й практичні навички щодо вирішення питань захисту прав споживачів в туризмі та гостинності відносно оволодіння інформацією щодо медичних туристичних формальностей.

Перспективним і ефективним заходом, спрямованим на створення коронавірусних основ для розвитку процесів опанування медичними туристичними формальностями в сфері мікробізнесу в сучасних умовах, може стати організація за сприяння Торгово-промислової палати інформаційно-консультаційного хабу для мікропідприємництва регіону. Організація діяльності цього хабу необхідна як для регіональних органів влади, так і для суб'єктів сфери гостинності та готельного бізнесу Запорізької області. Основним завданням інформаційно-консультаційного хабу є організаційно-правова, нормативна і digital-підтримка у сфері захисту прав споживачів бізнесменів, що давно функціонують у сфері гостинності, і туристичних мікрофірм, що розвиваються [51].

Зазначені мікрофірми починають взаємодіяти з публічними або приватними структурами на основі оперативних угод, що передбачають їх участь у регіональному і місцевому туристичному розвитку. Широка сфера охоплення дає можливість надавати різні інформаційно-консультаційні послуги зі зміцнення економічної безпеки фірм і налагодити кооперацію зі спеціалізованими сервісними службами сприяння отриманню правової допомоги щодо медичних формальностей [50].

В Запорізькому регіоні у якості пілотного проекту пропонується створення інформаційно-консультаційного хабу на базі Національного університету «Запорізька політехніка» (НУ «ЗП») за сприяння Торгово-промислової палати, який буде вирішувати задачі підтримки туристичних

мікрофірм, нових підприємств в сфері гостинності, підприємців-початківців. Головною ідеєю хабу є надання інформаційно-консультаційної допомоги мікропідприємцям у створенні власного механізму протидії негативним наслідкам COVID-19 і забезпечення захисту споживачів.

Визначено оперативні цілі інформаційно-консультаційного хабу:

- створення віртуальної «дільниці» (з використанням інтернет-технологій) для публічного ознайомлення потенційних учасників зі світовими змінами медичних формальностей в туризмі;
- надання всебічної організаційно-правової підтримки та освітньо-навчальних, консультаційних й інформаційних послуг підприємцям-початківцям та діючим суб'єктам господарювання в Запорізькій області у сфері вивчення медичних формальностей;
- розвиток підприємницького інноваційного мислення у студентів за рахунок впровадження програм навчання практичним інструментам роботи над змінами в медичних формальностях (робота у команді, колективне прийняття правових рішень, тайм-менеджмент, дискусія, розробка креативних ініціатив щодо захисту прав та вирішення проблем споживачів в туризмі, інформаційно-комунікативне сприйняття нормативно-правової інформації, медичні консультації, вебінари за участю представників підприємств мікробізнесу для обміну досвідом виживання та економічної безпеки в умовах COVID-19);
- залучення до активної співпраці юридичних, правових і медико-санітарних департаментів державних органів місцевої влади в контексті актуалізації і просування ідеї розвитку мікропідприємництва в туризмі Запорізької області;
- обговорення практичних питань функціонування вітчизняного мікробізнесу в умовах COVID-19 та провідного досвіду отримання знань медичних формальностей в ЄС між студентами і підприємцями.

Створення такої структури істотно допоможе в подоланні галузевого і територіального роз'єднання мікросуб'єктів туристичного процесу і буде

сприяти поступовому включенню інформаційно-консультаційних механізмів саморегуляції й адаптації мікробізнесу регіону до коронавірусного середовища. Слід додати, що поєднання в діяльності інформаційно-консультаційного хабу властивих ринковій економіці принципів централізму, характерного для українського менталітету, і рівноправного партнерства створить найбільш сприятливі умови для адаптації сфери гостинності України до кризового стану в туризмі. Крім того, наявність на території вітчизняних регіонів таких інтеграційних структур значно полегшить вирішення організаційно-фінансових питань, пов'язаних з формуванням регіональних банків даних медичних формальностей і мереж інформаційного супроводу туристичної діяльності, зокрема державного управління інформаційним забезпеченням туристичної діяльності.

Технологію функціонування інформаційно-консультаційного хабу Національного університету «Запорізька політехніка» представлено на рисунку 3.4.

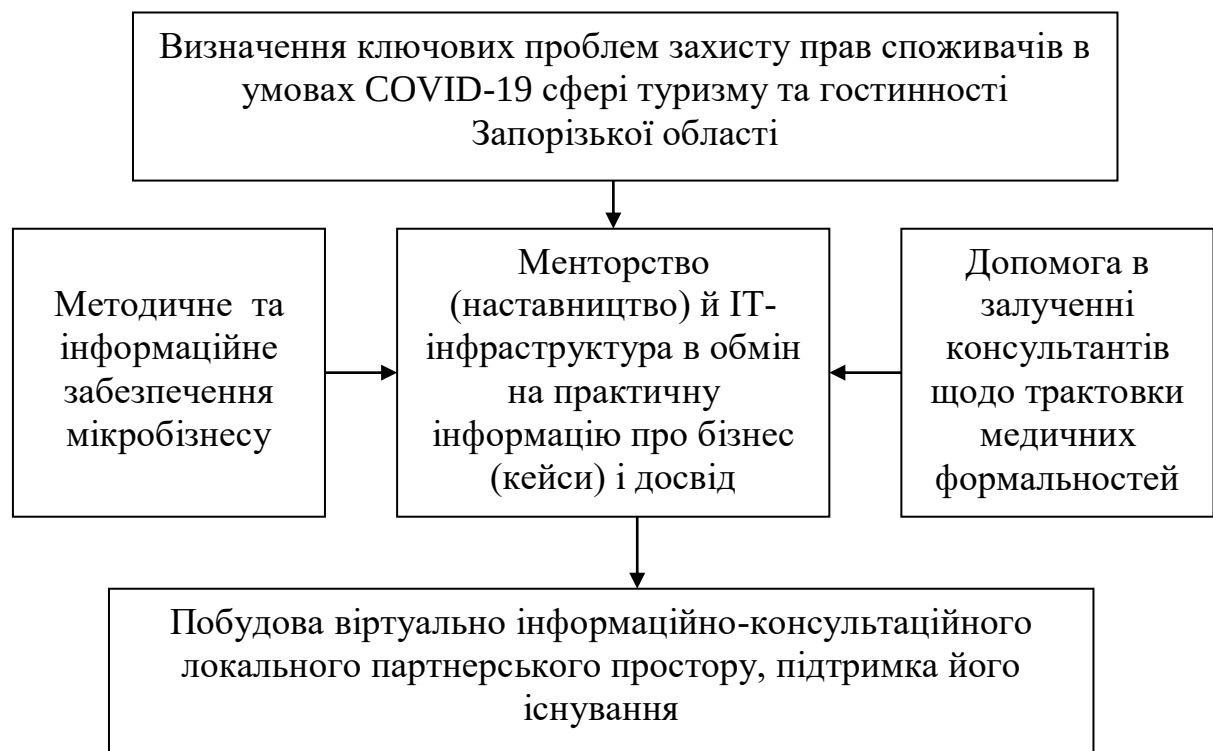


Рис. 3.4 – Технологія функціонування інформаційно-консультаційного хабу
До функцій НУ «Запорізька політехніка» віднесено:

- мотивація мікропідприємництва у формулюванні проблем, їх відбір і аналіз;
- інформаційна підтримка мікропідприємств;
- створення умов для повноцінного творчого процесу;
- залучення (реклама, інформаційні повідомлення) учасників хабу;
- створення і забезпечення функціонування Internet-ресурсу (сайту) у якості платформи для віртуального хабу;
- консультаційна допомога в питаннях захисту прав споживачів, вивчення медичних формальностей, протидії COVID-19.

До функцій Торгово-промислової палати віднесено просування в медіапросторі ідеї підтримки мікробізнесу регіону:

- під час виставкової діяльності палати;
- посилення на сайт НУ «ЗП» з презентацією інформаційно-консультаційного хабу;
- консультації відносно медичних формальностей;
- допомога в нетворкінгу підприємцям-початківцям.

Інформаційне забезпечення роботи хабу й основа для вирішення проблем мікробізнесу:

- інформування про цілі інформаційно-консультаційного хабу;
- інформаційне забезпечення роботи хабу;
- просування послуг хабу;
- пошук та залучення консультантів, партнерів, донорів, інвесторів;
- публічна презентація результатів функціонування інформаційно-консультаційного хабу;
- збір пропозицій та відгуків про роботу хабу, налагодження та підтримка зв'язків з потенційними учасниками інформаційно-консультаційного хабу.

Взагалі, забезпечення розвитку державної та регіональної туристичної інфраструктури й інфраструктури гостинності за рахунок створення інформаційно-консультаційних хабів в регіонах, як частини масштабного

загальнодержавного проекту підтримки мікробізнесу, який повинен забезпечити демонстраційний ефект до 2025 року, а також після аналізу даних щорічного моніторингу доцільною є розробка рекомендацій зі створення загальнодержавної мережі регіональних інформаційно-консультаційних хабів, як основи підприємництва в туризмі регіональних підсистем загальної національної системи. Мета створення таких хабів в регіонах полягає у формуванні структури підтримки підприємницької діяльності в сфері туризму, яка забезпечуватиме ефективність заходів місцевих органів влади, громадських об'єднань, інших інституцій у сфері планування регіонального туристичного розвитку.

Організація інформаційно-консультаційного хабу сприятиме комплексному вирішенню важливих для регіону завдань, а саме:

- створення основ для регіональної інтеграції та розвитку ділових контактів в туристичній сфері та сфері гостинності;
- вирівнювання умов доступу підприємств мікробізнесу до інформаційних, медичних, правових та нормативних ресурсів;
- формування цифрової системи інформаційно-консультаційного забезпечення туристичних процесів та їх моніторингу;
- організація мобільно-цифрового інформаційно-аналітичного каналу щодо сфери медичних туристичних формальностей;
- консультаційна допомога мікропідприємствам у розробці digital-стратегії пошуку партнерів-споживачів в туризмі та сфері гостинності;
- стимулювання туристичних підприємств мікробізнесу до розробки посткоронавірусної стратегії;
- формування сприятливого бізнес-клімату в мікропідприємстві для проведення перетворень щодо захисту прав споживачів.

В цілому, діяльність органів державної влади з впровадження запропонованих положень формування інформаційно-консультаційного хабу на регіональному рівні й проведення організаційних заходів, спрямованих на активізацію процесів інформаційно-консультаційної підтримки туристичних

мікропідприємств, сприятиме вирішенню таких важливих проблем із підвищення рівня економічної безпеки мікробізнесу, як:

- формування основ організаційно-правової системи моніторингу медичних туристичних формальностей на рівні мікропідприємництва регіону; модернізація цифрового туристичного комплексу, подолання структурних деформацій, зростання частки національної туристичної продукції кінцевих переділів;

- підвищення конкурентоспроможності та зростання рівня безпеки туристичного продукту мікропідприємств регіону на світовому і вітчизняному ринках;

- створення в регіоні на базі мікропідприємств принципово нових організаційно-правових центрів, які використовують новітні інформаційно-комунікаційні технології;

- ефективне використання digital-ресурсів з правового опанування медико-туристичних формальностей;

- формування ефективного механізму трансферу результатів взаємодії мікропідприємців, партнерів, громадських та публічних організацій у інформаційно-консультаційному хабі;

- прискорення адаптації мікропідприємництва області до медичних формальностей в умовах корона вірусної економіки;

- залучення нових інформаційних партнерів в туризм.

Таким чином, роль держави полягає сьогодні не тільки у генеруванні системи правил функціонування суб'єктів туристичного ринку та контролі дотримання їх виконання через формування сприятливого інституційного середовища та інформаційно-консультаційної інфраструктури, а також у наданні допомоги мікрокомпаніям у подоланні кризових факторів в туристичному бізнесі та сфері гостинності. Державні інституції повинні сприяти наданню правової допомоги, додаткових знань щодо нормативного регулювання специфіки ведення бізнесу за умов дії пандемії COVID-19 та отриманню консультацій відносно новітніх медико-туристичних

формальностей. Базовим напрямком діяльності інформаційно-консультаційних хабів є проведення аудиту для мікропідприємств у регіоні, що дозволить систематизувати медико-туристичні потреби підприємств мікробізнесу. Перспективою подальших наукових досліджень мають стати механізми інтеграції в рамках країни інформаційно-консультаційних хабів, інформаційно-аналітичних агенцій, дослідницько-консультаційних правових центрів, закладів вищої освіти, приватних підприємців в туризмі в національні мережі з надання підтримки мікропідприємствам щодо посткоронавірусної стратегії їх економічної безпеки.

ВИСНОВКИ

Отже, у кваліфікаційній дипломній роботі досягнуто мету дослідження – формування шляхів підтримки туристичних мікропідприємств Запорізького регіону на основі визначення викликів і загроз, які виникли у туристичному бізнесі в епоху коронавірусу. Одержані в процесі дослідження результати і їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки:

1. Висвітлено, що пандемія коронавірусу, яка охопила світ у 2020 році, докорінно змінила життя жителів усього світу. Причому зміни торкнулися не лише світової економіки, а й роботи та доходів, і навіть таких речей, як спосіб життя, дозвілля і спілкування.

Безумовно, пандемія коронавірусу – явище незвичайне: воно виходить за межі регулярних епідемій грипу, які світ переживає щорічно. І, мабуть, це явище потребує спеціального вивчення, в тому числі в аспекті джерела походження цього феномену. Адже цей вірус має, вочевидь, цілу низку серйозних відмінностей (мутацій), які роблять його особливо небезпечним в аспекті поширення. Пандемія COVID-19 не тільки спричинила кілька мільйонів смертей по всьому світу, але і негативно вплинула на тривалість життя. Згідно з даними дослідження Оксфордського університету, тривалість життя в деяких країнах скоротилася різкіше, ніж за попередні десятиліття.

Виокремлено, що на даний момент політичні рішення країн світу щодо реакції на пандемію діляться на дві групи. Перша – ізоляція хворих та заражених без запровадження карантину і припинення пересування громадян. Друга – більш жорсткі заходи, запровадження карантину, обмеження пересування громадян, закриття публічних закладів аж до повного припинення будь-якої ділової чи соціальної активності. Разом з тим, подібні жорсткі заходи мають дуже високу економічну ціну, є сумніви щодо їх ефективності у середньостроковій перспективі, враховуючи, що епідемія має свою циклічність і повертається через деякий час.

Введення карантинних заходів і локдаунів суттєво вплинуло на

соціально-економічне становище країн світу. Серйозних збитків зазнала діяльність у сфері туризму та готельний бізнес, зокрема через обмежувальні заходи, які запроваджували держави на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень тощо.

2. З'ясовано, що пандемія коронавірусу внесла значні корективи у розвиток туристичного бізнесу. До 2020 року кожен шостий мешканець планети принаймні раз на рік виїжджав за кордон. Таким чином, із 7,5 мільярдів населення подорожувало 1 мільярд 230 тисяч – кількість мандрівників майже дорівнює населенню Китаю.

У 2019 у всіх регіонах спостерігалось зростання міжнародного туризму. Проте невизначеність навколо Brexit, крах туроператора Thomas Cook, геополітична і соціальна напруженість і спад світової економіки спільно сприяли уповільненню зростання в 2019 році в порівнянні з винятковими темпами в 2017 і 2018 роках. Даний процес головним чином торкнувся розвинених країн.

Але все рівно прогнози розвитку турбізнесу у 2020 році й тенденції його розвитку у майбутньому, були оптимістичними, з щорічним зростанням показників. У 2020 році ЮНВТО прогнозувало зростання міжнародного туризму від 3% до 4%, очікувалося, що великі спортивні події, включаючи Олімпійські ігри в Токію, і культурні події, такі як ЕКСПО-2020 в Дубаї, матимуть позитивний вплив на розвиток даного сектора. Але несподівано світ зіткнувся із пандемією корона вірусу COVID-19.

Внаслідок COVID-19 та поточних обмежень для міжнародної мобільності, туристичний сектор зазнав збитків майже на 4,5 трильйони доларів США, а його глобальний внесок у ВВП зменшився на 49,1% порівняно з 2019 роком і досягнув лише 4,7 трлн. доларів США у 2020 році; відносно зниження ВВП на 3,7% глобальної економіки. Витрати на внутрішніх відвідувачів скоротилися на 45%, а на міжнародні – на безпрецедентні 69,4%. У 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, залишилося всього 272 мільйони зайнятих у всьому секторі у всьому світі.

Однак, нещодавнє послаблення карантинів та обмежень на поїздки, підкріплене поширенням вакцинації, віщує хороші показники до кінця 2021 року, оскільки очікується, що внутрішній та внутрішньо-регіональний попит стимулюватиме зростання.

3. У більшості напрямків, що подають дані за червень та липень 2021 р., спостерігається помірне відновлення міжнародних прибуттів порівняно з 2020 р. Тим не менш, 2021 р. продовжує залишатися складним роком для світового туризму, а міжнародні прибуття скоротилися на 80% у січні – липні порівняно з 2019 р. Це покращення було підкріплено відкриттям багатьох напрямків для міжнародних подорожей, переважно в Європі та Америці. Послаблення обмежень на подорожі вакцинованих мандрівників у поєднанні з прогресом у впровадженні вакцин проти COVID-19 сприяло підвищенню довіри споживачів та поступовому відновленню безпечної мобільності в Європі та інших частинах світу. Навпаки, більшість місць призначення в Азії залишаються закритими для туристичних подорожей.

Що стосується розвитку туристичного бізнесу у майбутньому, то майже половина всіх експертів (45%) прогнозує повернення міжнародного туризму до рівня 2019 року у 2024 році або пізніше, тоді як 43% вказують на відновлення у 2023 році. За регіонами найбільша частка експертів вказує на повернення до рівня 2019 року у 2024 році або пізніше в Азії та Тихоокеанському регіоні (58%). У Європі половина респондентів зазначили, що це може статися у 2023 році. Близький Схід є найбільш оптимістичним, і повне відновлення очікується до 2022 року.

4. Відомо, що у розвинених країнах споживач є основним суб'єктом в бізнесі, на нього орієнтоване виробництво туристичного продукту та рівень якості туристичних послуг. Споживча посткоронавірусна культура має стати пріоритетом в атрибутах формування поведінки сучасного споживача і бути заснованою на факторі знання. Дійсно, обізнаність покупців про власні права в сфері отримання туристичних послуг є безпековим виміром для життя та здоров'я, а також повагою до їх гідності.

Звертаючись до специфіки продажу туристичного продукту кінцевим споживачам слід зазначити, що інформування туристів про медичні формальності, їх зміни в коронавірусному бізнес-середовищі, нові підходи в туристичній сфері про медичні особливості в питаннях захисту прав споживачів покладено на мікропідприємства.

У цьому дослідженні пропонувалося створення інформаційно-консультаційного хабу на базі Національного університету «Запорізька політехніка» для підвищення рівня обізнаності медичними формальностями, економічної безпеки, захисту інтересів туристичних підприємств мікробізнесу Запорізької області в умовах дії COVID-19. Пріоритетним напрямком співпраці різних контактних груп є консультативна, інформаційна, освітня, виховна робота з представниками туристичних мікропідприємств регіону у галузі медичних формальностей з метою захисту прав споживачів на отримання безпечної туристичної послуги.

Створення такої структури істотно допоможе в подоланні галузевого і територіального роз'єднання мікросуб'єктів туристичного процесу і буде сприяти поступовому включенню інформаційно-консультаційних механізмів саморегуляції й адаптації мікробізнесу регіону до коронавірусного середовища. Слід додати, що поєднання в діяльності інформаційно-консультаційного хабу властивих ринковій економіці принципів централізму, характерного для українського менталітету, і рівноправного партнерства створить найбільш сприятливі умови для адаптації сфери гостинності України до кризового стану в туризмі. Крім того, наявність на території вітчизняних регіонів таких інтеграційних структур значно полегшить вирішення організаційно-фінансових питань, пов'язаних з формуванням регіональних банків даних медичних формальностей і мереж інформаційного супроводу туристичної діяльності, зокрема державного управління інформаційним забезпеченням туристичної діяльності.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 23.10.2021).
2. Бураковський І. Коронавірус: епідемія як економічний шок. ZN.UA. 2020. URL: <https://rpr.org.ua/news/koronavirus-epidemiia-iak-ekonomichnyy-shok> (дата звернення: 21.09.2021).
3. Вакцинація від COVID-19: скільки дорослого населення прищепили країни світу. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/08/09/infografika-svit/vakcynacziya-covid-19-skilky-dorosloho-naselennya-pryshhepyly-krayiny-svitu> (дата звернення: 22.10.2021).
4. Вакцини від COVID-19: все, що потрібно знати. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56001300> (дата звернення: 20.09.2021).
5. Вплив COVID-19 на економіку і суспільство країни: підсумки 2020 року та виклики і загрози постпандемічного розвитку. URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення: 12.09.2021).
6. Головне управління статистики у Запорізькій області. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua/index.php/statystychna-informatsiia> (дата звернення: 22.10.2021).
7. Голод А. П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 350 с.
8. Гололобова О., Чмельова О. Вплив коронавірусу COVID-19 на світову економіку. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2020. № 3. С. 67–72.
9. Графська О.І, Підвальна О.Г., Боднарчук Х.П. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 5. С. 33–38.
10. Грицюк Н. О., Сак Т. В. Вплив пандемії COVID-19 на світову

економіку. *Економічний простір*. 2021. № 165. С. 33–38.

11. Гурова Д. Д., Шеєнко О. Є. Світовий туризм в епоху пандемії COVID-19. *Туризм і рекреація: наука, освіта, практика* : матеріали Всеукраїн. Інтернет-конф. 27 квітня 2021 р. Мукачєво : РВВ МДУ, 2021. С. 91–94.

12. Гурова Д. Д., Шеєнко О. Є. Готельна індустрія в період пандемії COVID-19. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: тези доповідей І Всеукраїн наук.-практ. конф., 23 квітня 2021 р. Херсон : ХДАЕУ, 2021. С. 19–20.

13. Долгоруков Ю., Кужман О. О розвитку малого підприємництва. *Економіка України*. 2006. № 12. С.11–18.

14. Зайцева В. М., Гурова Д. Д. Сучасні трансформації світової індустрії туризму. *Туристична галузь України в період Євроінтеграції: теоретичний аспект* / за ред. В.М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 23–37.

15. Зайцева В. М., Філей Ю. В. Правове регулювання туристичної діяльності. Запоріжжя : Просвіта, 2010. 220 с.

16. Комісаренко С. В. Світова коронавірусна криза. Київ: ЛАТ&К, 2020. 120 с.

17. Куди в Європі можна (і не можна) поїхати під час пандемії: питання, відповіді, посилання. URL: <https://www.dw.com/uk/kudy-u-ievropi-mozhna-i-ne-mozhna-poikhaty-pid-chas-pandemii-pytannia-vidpovid-posylannia-55276391> (дата звернення: 11.10.2021).

18. Міклош І. Як врятувати економіку від вірусу: 5 уроків для світу та України. 2020. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2020/04/3/7108283/> (дата звернення: 21.09.2021).

19. Міфи і реалії життя родини коронавірус. Продукт еволюції або лабораторне походження? URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/761269.html> (дата звернення: 12.09.2021).

20. Наслідки пандемії COVID-19 для національних економік світу.

URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230936> (дата звернення: 11.09.2021).

21. Петроє О. М., Федулова Л. І. Стимулювання економіки та подання наслідків пандемії COVID-19: механізми дії державної влади. Київ: НАДУ, 2021. 128 с.

22. Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. *Аграрна економіка*. 2020. Т. 13. № 3–4. С. 62–67.

23. Радченко Л. О., Рудь В. О. Вплив COVID-19 на розвиток світової економіки та організацію роботи сфери туризму. *Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ*. 2021. № 1. С. 90–94.

24. Терещук С. В., Назаров М. І. Вплив COVID-19 на світове господарство. *Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів, маркетингу та права*. 2021. № 4. С. 19–24.

25. Федик М. В. Макроекономічні наслідки впливу пандемії COVID-19 на світову економіку. *Економіка та держава*. 2021. № 7. С. 40–46.

26. Циганов С.А., Бунтова Н.В. Розвиток міжнародних туристичних послуг як важлива домінанта економічного зростання. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2019. Вип. 139. С. 80–92.

27. Через коронавірус у світі скоротилась середня тривалість життя – дослідження. URL: <https://www.dw.com/uk/chez-koronavirus-u-sviti-skorotylas-serednia-tryvalist-zhyttia-doslidzhennia/a-59328125> (дата звернення: 29.02.2021).

28. Чому корона вірусів так багато й чому вони небезпечні? URL: <https://www.dw.com/uk/57762364> (дата звернення: 05.09.2021).

29. Шевченко В. Ю. Економічні шоки пандемії: основні види та наслідки. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 56. С. 21–27.

30. Шеєнко О. Є., Гурова Д. Д. Виклики розвитку туристичної сфери спричинені пандемією корона вірусу. *Тиждень науки – 2021: матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених,*

аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка», 19-23 квітня 2021 р. 19-23 квітня 2021 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 148–150.

31. Шелеметьєва Т. В. Систематизація принципів управління розвитком туризму в умовах трансформації національної економіки. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 2. С. 171– 176.

32. Шепетило О. Вплив COVID 19 на світову економіку та зовнішню торгівлю. URL: [https:// voxukraine.org/uk/vpliv-covid-19-na-svitovu-ekonomiku](https://voxukraine.org/uk/vpliv-covid-19-na-svitovu-ekonomiku) (дата звернення: 21.09.2021).

33. Що відомо про новий штам SARS-COV-2, який виявлено у Великій Британії. URL: <https://phc.org.ua/news/scho-vidomo-pro-noviy-shtam-sars-cov-2-yakiy-viyavleno-u-velikiy-britanii> (дата звернення: 17.09.2021).

34. Як борються з COVID-19 у світі: варіанти урядових рішень. URL: <http://icps.com.ua/yak-boryutsya-z-covid-19-u-sviti-varianty-uryadovykh-rishen/> (дата звернення: 15.09.2021).

35. Якимишин І. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Грааль науки*. 2021. № 4. С. 50–52.

36. Cook L., Pringles S., Bailey D., Cammiss S., Wilkinson C., Atkinson P. Economic shocks research. London :University of Coventry, 2019. 217 p.

37. European tourism: trends&prospects Quarterly report (Q2/2021). URL: https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC_Quarterly_Report-Q2_2021.pdf (дата звернення: 15.10.2021)

38. Global economic impact and trends 2021. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (дата звернення: 09.10.2021).

39. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. 2 ed. International Labor Organization. Geneva. 2020. 11 p. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/dgreports/dcomm/documents/briefingnote/wcms_740877.pdf (дата звернення: 21.09.2021).

40. International Tourism Highlights 2019 edition. URL: www.International_Tourism_Highlights_2019_edition.pdf (дата звернення:

11.09.2021)

41. Hubert G. Scarlett. Tourism recovery and the economic impact: A panel assessment. *Research in Globalization*. 2021. № 3. P. 144–155.

42. Jordà O., Singh S., Taylor A. The longer run economic consequences of pandemics. URL: www.vox.org (дата звернення: 21.09.2021).

43. Roubini N. Coronavirus pandemic has delivered the fastest deepest economic shock in history. URL: <https://www.theguardian.com/business/2020/mar/25/coronavirus-pandemic-has-delivered-the-fastest-deepest-economic-shock-in-history> (дата звернення: 29.09.2021).

44. Tehology. Tourism and Hospitality. URL: www.tehology.com/hospitality/industry (дата звернення: 12.09.2021)

45. Travel Trends in 2021: What to Expect from the Future of Travel After COVID-19. URL: https://blog.smartvel.com.utm_medium=pputm_campaign-new%20touris (дата звернення: 22.10.2021).

46. Travel Trends Report 2020/21. URL: www.TravelTrendsReport_2020_21.pdf (дата звернення: 20.10.2021).

47. Tsviliy S., Gurova D., Nikonenko S. Organizational and legal aspects of tourist formalities in the context of the impact of the COVID-19 pandemic on the economic security of micro-enterprises. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2021. № 1. С. 322–329.

48. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S. Coronavirus priorities in marketing management of microenterprises in the hospital field. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 52. С. 120–125.

49. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S. Expert counseling for hotel companies on protection of micro-business interests in coronavirus conditions. *Приазовський економічний вісник*. 2021. № 1(24). С. 155–160.

50. Zaitseva V., Tsviliy S., Gurova D. Medical formalities in protecting the rights of consumers to receive safe tourist service in the conditions of COVID-19. *National Health as Determinant of Sustainable Development of Society* :

monography. Bratislava, Slovakia, 2021. P. 615–638.

51. Zaiyseva V., Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O., Mamotenko D. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of economic security. *Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions* : monography. Boston: Primedia eLaunch, 2021. P. 169–202.

52. Vaccines and reopen borders driving tourism's recovery. URL: <https://www.unwto.org/news/vaccines-and-reopen-borders-driving-tourism-s-recovery> (дата звернення: 24.10.2021).

53. Vindyk A., Tsviliy S., Gurova D. Current state of professional training of competent specialists in the field of hospitality, taking into account the factor of action COVID-19. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* : monography. Presov, Slovakia, 2021. P. 163–184.

54. World economic situation and prospects. URL: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-july-2021-briefing-no-151/> (дата звернення: 12.10.2021)

55. World Health Organization (2021). WHO coronavirus COVID-19 dashboard. URL: <https://covid19.who.int/> (дата звернення: 20.09.2021)

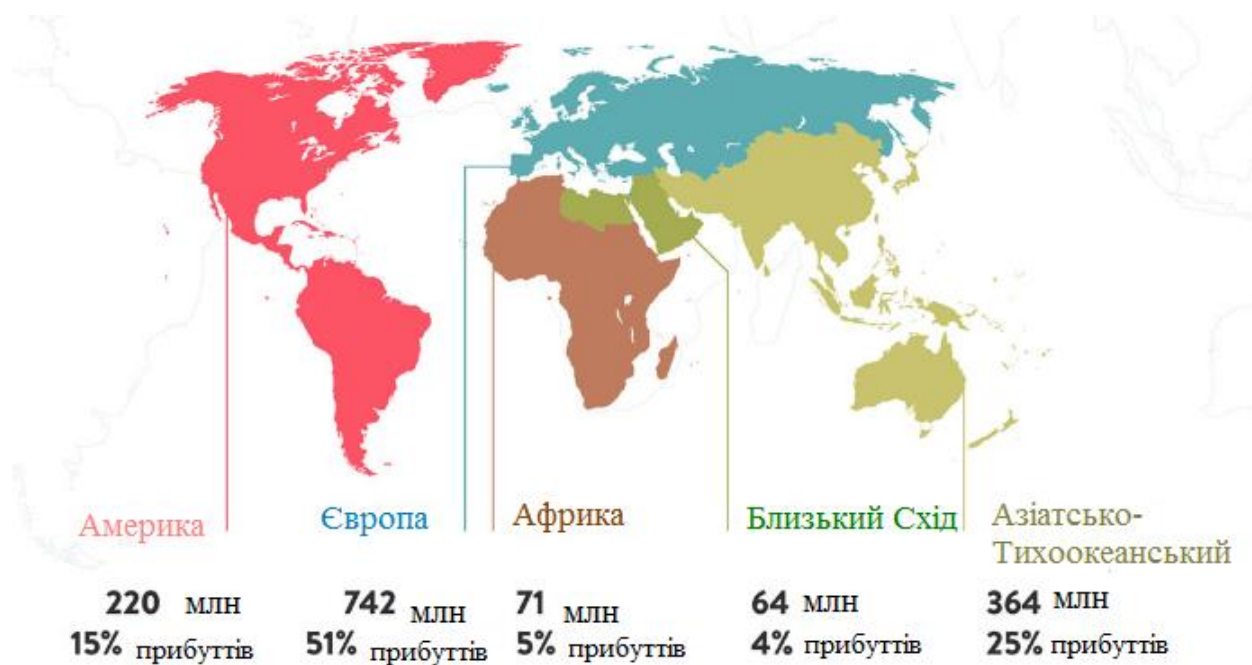
56. World Tourism Barometr. Vol. 18. Issue 4. 2020. URL: www.UNWTO_Barom20_04_July.pdf (дата звернення: 22.09.2021).

57. 10 Future Business Travel Trends & Predictions for 2021/2022 and Beyond. URL: <https://financesonline.com/business-travel-trends> (дата звернення: 02.11.2021).

ДОДАТКИ

Додаток А

Міжнародні туристичні прибуття за 2019 рік



Додаток Б

Кількість малих та мікропідприємств Запорізької області за видами економічної діяльності у 2015 – 2019 роках

Види діяльності	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік		2019 рік	
	Малі	Мікро	Малі	Мікро	Малі	Мікро	Малі	Мікро	Малі	Мікро
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Усього ¹	13819	12133	12877	11180	13975	12201	14375	12571	14975	13126
сільське, лісове та рибне господарство	2546	2270	2522	2233	2765	2462	2747	2438	2727	2419
промисловість	1660	1267	1600	1186	1760	1312	1850	1414	1985	1535
будівництво	1050	920	929	797	1003	865	1050	903	1114	960
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	3932	3571	3578	3246	3819	3470	3888	3518	4068	3680
транспорт, складське господарство поштова та кур'єрська діяльність	503	406	438	352	479	391	509	417	550	457
тимчасове розміщування й організація харчування	355	293	319	247	353	285	368	299	380	319
інформація та телекомунікації	400	347	386	330	408	350	448	387	492	432
фінансова та страхова діяльність	84	69	84	70	78	62	73	58	76	57
операції з нерухомим майном	1419	1330	1380	1291	1537	1450	1587	1507	1664	1575

Продовження додатку Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
професійна, наукова та технічна діяльність	935	874	804	738	840	773	860	793	877	802
діяльність у сфері адміністра- тивного та допоміжного обслуговування	454	389	400	340	472	405	506	439	528	469
освіта	66	57	59	51	62	55	72	62	85	74
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	196	148	179	130	192	139	214	153	222	155
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	65	58	58	50	62	56	59	54	66	62
надання інших видів послуг	154	134	141	119	145	126	144	129	141	130

Примітка (1). Дані наведено без урахування результатів діяльності банків та бюджетних установ і з урахуванням зміни підприємствами основного виду економічної діяльності.

Додаток В

Питома вага мікропідприємств Запорізької області за видами економічної діяльності у 2015 – 2019 роках у % до загальної кількості мікропідприємств

Види діяльності	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік		2019 рік	
	Мікро	Вага, %	Мікро	Вага, %	Мікро	Вага, %	Мікро	Вага, %	Мікро	Вага, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Усього	12133	100	11180	100	12201	100	12571	100	3126	100
сільське, лісове та рибне господарство	2270	18,71	2233	19,97	2462	20,18	2438	19,39	2419	18,43
промисловість	1267	10,44	1186	10,61	1312	10,75	1414	11,25	1535	11,69
будівництво	920	7,58	797	7,13	865	7,09	903	7,18	960	7,31
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	3571	29,43	3246	29,03	3470	28,44	3518	27,99	3680	28,04
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	406	3,35	352	3,15	391	3,20	417	3,32	457	3,48
тимчасове розміщення й організація харчування	293	2,41	247	2,21	285	2,34	299	2,38	319	2,43
інформація та телекомунікації	347	2,86	330	2,95	350	2,87	387	3,08	432	3,29
фінансова та страхова діяльність	69	0,57	70	0,63	62	0,51	58	0,46	57	0,43
операції з нерухомим майном	1330	10,96	1291	11,55	1450	11,88	1507	11,99	1575	12,00

Продовження додатку В

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
професійна, наукова та технічна діяльність	874	7,20	738	6,60	773	6,34	793	6,31	802	6,11
діяльність у сфері адміністративн ого та допоміжного обслуговування	389	3,21	340	3,04	405	3,32	439	3,49	469	3,57
освіта	57	0,47	51	0,46	55	0,45	62	0,49	74	0,56
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	148	1,22	130	1,16	139	1,14	153	1,28	155	1,18
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	58	0,48	50	0,45	56	0,46	54	0,43	62	0,47
надання інших видів послуг	134	1,10	119	1,06	126	1,03	129	1,03	130	1,00