УДК 338.48

Краснокутська Ю. В.
к.е.н., доцент
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова
Харків, Україна

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СФЕРУ ТУРИЗМУ

Світова пандемія, спричинена гострою респіраторною інфекцією – коронавірусом SARS-CoV-2 – продемонструвала уразливість до викликів сучасного розвитку як світової та регіональної економік, так і окремих сфер господарства, однією з яких стала туристична сфера. Невизначеність, яка запанувала весною 2020 р. у соціально-економічній сфері держав світу та на глобальному рівні і спричинена поширенням COVID-19 мала такі наслідки:

– різка, неочікувана, непередбачувана стагнація національних економік на невизначений час;
– стрімке падіння рівня світової торгівлі товарами і послугами;
– закриття національних кордонів;
– падіння рівня ВВП держав світу;
– від'ємні показники приросту національних економік;
– збільшення безробіття;
– зростання інфляції;
– прояви соціального незадоволення;
– криза міжнародного управління глобальними процесами тощо.

Туризм – один із секторів економіки, який зазнав найбільших втрат у результаті поширення Covid. Як економічний сектор, туризм охоплює багато галузей: розміщення відвідувачів, забезпечення продуктами харчування та напоїв, пасажирський транспорт

(повітряний, автомобільний, залізничний, водний), прокат обладнання, туристичні агенції та інші послуг з бронювання, а також культурні, спортивні та рекреаційні заходи.

Україна, в якій в березні 2020 р. оголосили надзвичайну ситуацію спричинену COVID-19, опинилася на роздоріжжі розвитку сфери туризму. З однією сторони ця сфера є джерелом наповнення бюджету населених пунктів туристичних регіонів держави (Українські Карпати, Закарпаття, Причорномор'я та ін.), у ній великий відсоток самозайнятого населення, велика частка малого і середнього бізнесу, вона є інвестиційно привабливою та інноваційно орієнтованою, з іншої – сфера найуразливіша, щодо фізичної безпеки людей у час COVID-19.

Виїзний екскурсійний туризм України на умовах попереднього бронювання було заморожено через закриття головних туристичних регіонів світу на невизначений термін та зупинку авіа-, автобусного пасажирського сполучення. Внутрішній туризм було призупинено через запровадження обмежувальний заходів з соціального дистанціювання, транспортної мобільності, функціонування закладів ресторанного і готельного бізнесу, культурної і відпочинкової сфери в Україні, що мало низьку наслідків для туристичного бізнесу.

Для пом'якшення соціально-економічного впливу пандемії на сферу туризму необхідно впровадження наступних заходів:

1. Управління кризою та пом'якшення її наслідків: збереження робочих місць; підтримка ліквідності компаній; перегляд розміру податків і зборів, пов'язаних з індустрією туризму; захист прав споживачів; удосконалення цифрових навичок працівників туристичної індустрії; включення туризму в загальні стратегії порятунку економіки різних регіонів і держав, створення механізмів антикризового управління.

2. Стимулювання прискореного відновлення туризму: стимулювання інвестицій у туризм; забезпечення підготовки туристів до подорожей, створення нових робочих місць; розуміння ринку й оперативне реагування на події на ринку туристичних послуг; підвищення ролі маркетингу; створення спеціального органу управління, що регулює відновлення туризму.

3. Підготовка до майбутнього: диверсифікація ринків, продуктів і сервісів, інвестиції в системи дослідження ринку і цифрову трансформацію; підвищення ефективності управління туризмом на

всіх рівнях; забезпечення готовності до кризових ситуацій; інвестиції в людський капітал; перехід до безвідходної економіки [2].

COVID-19 став каталізатором для сфери туризму щодо інновацій та інтеграції нових технологій. Учені прогнозують такі напрями впровадження технологічних інновацій у сферу туризму:

— широке застосування пристроїв, які дають змогу зменшити фізичний контакт клієнта під час подорожі (перегляд меню на власних пристроях, доступ до функцій готельних номерів через свої телефони тощо);

— інтегровані цифрові рішення, що забезпечують безперешкодні подорожі за допомогою біометричних верифікацій та електронних воріт в аеропортах;

– безконтактні платежі для полегшення подорожі мандрівника;

– безконтактні варіанти підтвердження особи (за допомогою безконтактних відбитків пальців, райдужної оболонки ока);

– віртуальні медичні огляди в кіосках аеропорту;

– використання дезінфікуючих роботів з ультрафіолетовим випромінюванням, які вже використовуються у лікарнях;

– застосування консьєрж-служб, що продаються через додаток;

–застосування роботів-портьє тощо.

Загалом, відновлюється спочатку внутрішній туризм, за ним – регіональні перевезення на короткі відстані, а потім середні відстані між регіонами та, нарешті, міжнародні подорожі. Щоб скористатися початковим відновленням, уряди, туристичні ради та туристичні організації повинні спрямовувати маркетингові та рекламні зусилля на стимулювання внутрішніх та регіональних подорожей на формування у туристів бажання відвідати найближчі маршрути та визначні пам'ятки.

Отже, хоча пандемія COVID-19 на початку 2020 р. і справила великий вплив на стан та подальший розвиток туристичної галузі, будь-яка криза веде не лише до негативних наслідків, а й до появи нових можливостей і перспектив для туристичного ринку. Серед цих можливостей – прискорення процесів цифровізації туристичних сервісів, активніше впровадження сучасних технологій, використання ідей економіки вражень, актуалізація індивідуального підходу до клієнта, розширення географії туристичних маршрутів та ін. Окрім того, очікувано посилиться важливість такого чинника, як безпека подорожей (включаючи санітарно-епідеміологічного обстановку місця

перебування). Туристи надаватимуть перевагу індивідуальним турам або турам у складі малих груп на внутрішніх курортах. Після пандемії почнеться новий етап конкуренції в туризмі, який призведе до абсолютно нового розподілу ресурсів на цьому ринку. Пандемія також є нагадуванням про те, що стійкий розвиток туризму передбачає не тільки здорову природну середу для відвідувачів, а також й економічні можливості та соціальні блага для спільнот. Вплив криз, таких як пандемія, а також зусилля з пом'якшення наслідків та відновлення, взаємопов'язані зі стійкістю сектора.

Література:

1. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Економіка і менеджмент. № 25. 2017. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/30.pdf

2. UNWTO. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. URL: https://www.e-unwto.org