

DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.261995
УДК 338.48:616.46(100)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Євген Козловський^{1а}, Ірина Яцюк^{2а}, Кароліна Столож^{3а}

¹ Кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: ek2002@bigmir.net; ORCID: 0000-0002-0878-6170

² Магістрантка кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: yatsiuk.iryua09@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2405-0598

³ Магістрантка кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: linastolozh@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2514-1236

^а Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

У статті вказано, що COVID-19 істотно впливає на глобальні економічні, політичні та соціокультурні системи, тому світові й ринкові втрати внаслідок пандемії будуть величезними. Проте оцінити їх зараз украй складно через відсутність достатніх статистичних даних і небажання деяких компаній, галузей та країн розкривати рівень економічного спаду. На нашу думку, природа, безпрецедентні обставини й наслідки цієї пандемії демонструють ознаки того, що криза призведе до глибоких та довгострокових структурних і трансформаційних змін у міжнародному туризмі. Зазначено, що важкодоступність міжнародного туризму й закриття зовнішніх кордонів через пандемію є каталізатором зростання та розвитку попиту на внутрішній туризм. Ці умови – чудова можливість для українського туристичного ринку продемонструвати свій потенціал співгромадянам, надавши квалітативний вітчизняний туристичний продукт. Наголошено, що пандемія змушує більшість туристичних підприємств вводити нове й адаптуватися до безпрецедентних змін у бізнесі. Успішні інновації, безумовно, матимуть вирішальне стратегічне значення, сприяючи підтримці конкурентоспроможності підприємств під час та після пандемії.

Ключові слова: туризм; економіка; криза; безпека; пандемія; відновлення; ЮНВТО; COVID-19

Вступ

Подорожі та враження відіграють величезну роль у житті кожної людини. По-перше, це незабутні емоції. По-друге, це досвід, що накопичується роками, завдяки якому людина стає досвідченішою та мудрішою. Це також «енергія»,

так зване духовне підживлення людини на певний час. Туризм приносить достатній дохід державам, стимулюючи покращення умов розвитку країни. Але в лютому 2019 року все змінилося. У Китаї з'явився COVID-19, який вже забрав життя кількох мільйонів людей. Спочатку закрилися кордони лише Китаю. Це були вимушені заходи для безпеки.

Але коронавірус встиг поширитися по всій Землі та інфікувати сотні мільйонів людей, унаслідок чого всі країни закрили зовнішні й навіть внутрішні кордони. Світ опинився в ізоляції. Безумовно, проблеми виникли в багатьох галузях, зокрема й у туризмі. Безперечно, туристичний ринок дуже вразливий для криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, терористичні акти, що спричинюють дестабілізацію обстановки всередині країни. Такі кризові явища сприяють повному чи частковому руйнуванню економіки країни та багатьох секторів бізнесу.

Як свідчить міжнародний досвід, кризи не тільки неминучі, а й у певному сенсі необхідні, оскільки вони пов'язані не лише з негативними явищами та процесами. Кризи майже завжди відкривають додаткові можливості для подальшого зростання та розвитку. COVID-19 – це гуманітарна криза в глобальному масштабі, що продовжує розповсюдження по всьому світу. Масштаби цієї трагедії погіршуватимуться залежно від ступеня розповсюдження вірусу переважно в країнах з більш відкритими кордонами та вільним переміщенням людей.

Постановка проблеми

У період спалаху коронавірусної інфекції постраждали практично всі сфери світового господарства, включаючи туристичний сектор. Усі суб'єкти сервісного обслуговування, залучені у вказаній сфері, зазнали збитків у результаті цієї ситуації: туристичні оператори й агенції, готелі, санаторії, будинки відпочинку та пансіонати, екскурсиводи, організації з надання рекреаційних послуг, транспортні та пасажирські перевезення тощо. Багато туристичних напрямків нині перестали функціонувати. Уся індустрія туризму опинилася у вкрай несприятливій ситуації.

Послуги, одного разу вироблені підприємствами, але не продані, є втраченими назавжди. Як і заклади готельного та ресторанного бізнесу, більшість туристичних підприємств зараз обмежує свою комерційну діяльність і скорочує власний персонал, тому економічні наслідки в цьому секторі мають доволі загрозливий вигляд. Ураховуючи заборони на міжнародні поїздки, а також обмеження на колективні збори та зібрання, індустрія туризму практично зупинила свою діяльність з березня 2020 року. З моменту введення карантину мільйони робочих місць у світовому туристичному секторі, на жаль, втрачено.

Ситуація погіршується у зв'язку з ослабленням світової економіки, геополітичної, соціальної напруги. На момент написання статті (10 лютого 2022 року) кількість інфекцій COVID-19 у всьому світі перевищила 400 мільйонів, кількість смертей від хвороби підходить до позначки 6 мільйонів, а показники безробіття різко зросли в багатьох країнах, ілюструючи серйозні наслідки пандемії для економіки (ТОВ «МінфінМедіа», 2022). Країни, що залежать від туризму, ймо-

вірно, будуть відчувати негативні наслідки пандемії набагато довше, ніж інші. Контактно-інтенсивні послуги, що мають ключове значення для туристичного сектору, непропорційно сильно постраждали від COVID-19 і продовжуватимуть суттєво скорочуватися, доки люди знову не відчують себе в безпеці для масових подорожей.

Поряд зі зменшенням бажання подорожувати введені обмеження мали негативний економічний вплив на туристичний сектор у цих регіонах. Можливим довгостроковим трендом стало скорочення кількості ділових поїздок і міжнародних конференцій, а також зростання їх віртуальних онлайн-еквівалентів. Конфліктні й односторонні обмеження на поїздки мали місце на регіональному рівні, та багато туристичних пам'яток по всьому світу, таких як музеї, парки розваг і спортивні споруди, на жаль, були закриті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вплив пандемії Covid-19 на сферу міжнародного туризму зумовив високий інтерес учених до оцінки її наслідків, визначення перспектив розвитку туризму в постковідний період, а також зміну поведінки населення щодо споживання туристичних продуктів. Наприклад, у роботі співробітників Вашингтонського університету на основі проведеного дослідження зроблено висновок про те, що збільшені потреби туристів у сфері суспільної безпеки прискорять упровадження в туристичну галузь розробок у галузі штучного інтелекту та робототехніки (Gursoy & Chi, 2020). У роботі дослідників з англійського університету Глостерширу (Jones & Comfort, 2020) вплив коронавірусу на міжнародний туризм розглянуто з позицій сталості: після пандемії популярність пакетного відпочинку впаде через обмеження на авіаперельоти, що у свою чергу підвищить популярність подорожей у межах своїх країн.

Питання, що присвячені перспективам і проблемам розвитку міжнародного туризму й туристичної діяльності, чинникам впливу на міжнародний туризм, соціально-економічному значенню міжнародного туризму, висвітлені в наукових працях багатьох українських учених. Однак унаслідок істотних змін у світовій економіці, до яких призвів негативний вплив пандемії COVID-19, виникає потреба в нових фундаментальних дослідженнях цієї проблематики.

Мета статті полягає у виявленні впливу пандемії COVID-19 на стан і розвиток сфери міжнародного туризму, а також визначенні заходів, що дають змогу пом'якшити вплив коронавірусу на туристичну діяльність.

Виклад основного матеріалу

Світовий туризм неодноразово зазнавав впливів різноманітних криз. У період з 2000 по 2015 рік основними руйнівними подіями були терористичні акти, геополітична нестабільність, спалах SARS (2003 рік), а також глобальна економічна криза 2008–2009 років. Перераховані події не призвели до довгострокового зниження світового розвитку туризму, а деякі з них були навіть не помітні (рис. 1).

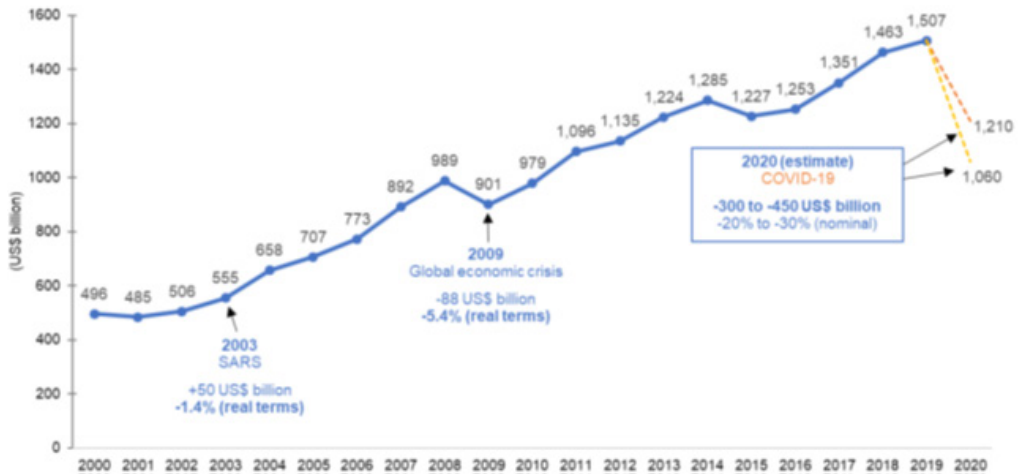


Рис. 1. Міжнародні туристичні прибуття у 2000–2020 роках (UNWTO, 2020)

Цей факт свідчить, що туризм як система був стійким до зовнішніх шоків. Водночас можна стверджувати, що відновлення міжнародного туризму після пандемії COVID-19 буде дуже довгим. За оцінками ЮНВТО, у 2019–2021 роках кількість міжнародних туристів суттєво скоротилася (рис. 2). Найбільше постраждали азійські країни, доходи від туризму в яких становлять значну частину ВВП, такі як Гонконг, Таїланд, Камбоджа, Філіппіни, а також деякі з європейських країн – Італія, Іспанія, Франція та ін.



Рис. 2. Міжнародні туристичні прибуття у 2021 році (UNWTO, 2022)

Пандемія COVID-19 істотно впливає на глобальні економічні, політичні та соціокультурні системи. Хоч міжнародний туризм дуже вразливий і схильний до численних екологічних, політичних, соціально-економічних ризиків, здатен відновлюватися після різних криз і надзвичайних ситуацій (наприклад, тероризму, землетрусів, атипової пневмонії тощо). Проте природа, безпрецедентні обставини та наслідки пандемії COVID-19 демонструють ознаки того, що ця криза не тільки інша, а й веде до глибоких та довгострокових структурних і трансформаційних змін у міжнародному туризмі як соціально-економічної діяльності та галузі.

Під час пандемічної кризи виникає низка проблем ціноутворення. У відповідь на загрозу поширення інфекції туристичні підприємства можуть застосувати нові стратегії бізнесу для стабілізації ринкового попиту, підтримки свого бізнесу або щоб покрити збитки, заподіяні пандемією. Однак без розуміння реакції клієнтів на такі стратегії ціноутворення підприємства не можуть повністю передбачити їх вплив на ефективність бізнесу як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі.

Туристичні підприємства мають ураховувати баланс між короткостроковим прибутком і довгостроковою стійкістю бізнесу, а також ухвалювати обережні рішення щодо збільшення цін під час пандемії, навіть якщо зросли їх експлуатаційні витрати. Нерівність цін стає неминучим моментом на туристичному ринку під час пандемії, оскільки підприємствам потрібно реагувати на падіння попиту чи підвищення собівартості продукції. Проте підвищення цін – не завжди вдалий вихід у нових реаліях.

Яким буде міжнародний туризм у посткоронавірусну епоху? Це залежить від багатьох чинників. Ми спостерігатимемо зміну структури попиту, яка насамперед буде пов'язана з обмеженнями та побоюваннями у зв'язку з епідеміологічною ситуацією та падінням реальних доходів населення, а також сукупного платоспроможного попиту. Ймовірно, ми на початкових етапах будемо спостерігати переорієнтацію споживачів на місцевий туризм у зв'язку з факторами безпеки. Зниження доходів населення призведе до зменшення кількості днів подорожі.

Важкодоступність міжнародного туризму та закриття зовнішніх кордонів через пандемію (у разі зняття внутрішніх обмежень) є каталізатором зростання та розвитку попиту на внутрішній туризм не тільки в короткостроковій, а й у довгостроковій перспективі. Ці умови є чудовою можливістю і для українського туристичного ринку продемонструвати свій потенціал співгромадянам, надавши квалітативний вітчизняний туристичний продукт в оптимальному співвідношенні ціни та якості.

Внутрішній туризм відновлюватиметься швидше за міжнародний, оскільки цьому сприяє низка чинників: зростання кількості ділових поїздок (повернення кількості на рівень нормального функціонування бізнесу), відсутність жорстких обмежень на поїздки всередині країни (або їх зняття), можливість подорожувати всередині країни без використання авіаперельотів та поїздок залізницею (наприклад, поїздки на власних автомобілях). Усе це сприятиме тому, що люди почнуть подорожувати на внутрішні бази відпочинку до інших регіонів, відвідувати вітчизняні курорти.

Серед суттєвих поведінкових змін, викликаних пандемією, відзначимо соціальне дистанціювання, яке триватиме добровільно як дія, спрямована на запобігання ризику на індивідуальному рівні. У той час як вплив пандемії продовжується, методи добровільного соціального дистанціювання, мабуть, будуть збільшуватися і в такий спосіб призведуть до суттєвої затримки відновлення сфери туризму, яка найчастіше потребує фізичного контакту для споживання товару або послуги.

Пандемія змушує більшість туристичних підприємств вводити нове й адаптуватися до безпрецедентних змін у бізнесі. Успішні інновації, безумовно, матимуть вирішальне стратегічне значення, сприяючи підтримці конкурентоспроможності підприємств під час та після пандемії. Щодо інноваційних продуктів, то готелі та ресторани поступово впроваджують технологічні системи для безпечного надання послуг (наприклад, повністю автоматизовані системи реєстрації, автомати реєстрації в кіосках самообслуговування, безконтактну доставку товарів, роботи-прибиральники, електростатичні розпилювачі, цифрові паспорти здоров'я та різноманітні сертифікати).

Завдяки своїй наскрізній економічній природі та глибокому соціальному значенню міжнародний туризм має унікальні можливості, щоб допомогти постраждалим суспільствам і громадам повернутися до зростання та стабільності. Упродовж багатьох років цей сектор незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки відновлюватися як сектор економіки, а й сприяти соціальному та економічному відродженню людства. Але це переважно залежить від розвиненості різноманітних соціальних інститутів у сфері туризму та державної політики, спрямованої на створення умов для сталого розвитку туризму (Козловський, 2019).

Останнім часом уряди різних країн вжили заходів щодо підтримки економіки, зокрема й сфери туризму:

- відстрочення податків і зборів (податкові канікули);
- відстрочення платежів за кредитами (кредитна відпустка);
- загальне сприяння процесу надання позик;
- субсидії на заробітну плату;
- допомога безробітним;
- полегшення для різних секторів та територій.

Заходи, спрямовані на відновлення ринку праці (особливо це стосується сфери послуг), такі як короткострокова робота або пряма підтримка, безумовно, послаблять негативний вплив пандемії завдяки прямому грошовому потоку. Те саме стосується грантів, податків і кредитних канікул, будь-яких відстрочок платежу, податкових кредитів. Ці заходи доступні в більшості країн для постачальників туристичних послуг.

Слід урахувати, що на додаток до наявних заходів стимулювання туристичної галузі її ефективне функціонування в постковідний період забезпечить реалізація таких проєктів:

1. Розширення заходів щодо субсидування туристичних поїздок усередині країни для конкретних категорій громадян (дітей, пенсіонерів, малозабезпечених сімей). Однією з проблем вітчизняного туризму є дорожнеча внутрішніх туристичних послуг, що разом з низькими доходами населення робить відпочинок усере-

дині країни недоступним для багатьох громадян. У зв'язку з цим доцільно впроваджувати пакетні рішення, коли вартість туру з включеним набором туристичних послуг виявляється дешевшою, аніж їх придбання туристом окремо. Можлива також компенсація державою частини вартості квитків на різних видах пасажирського транспорту, яка становить основну статтю витрат українських туристів.

2. Розширення набору заходів підтримки для туристичного бізнесу. В умовах підвищеної уваги органів державної влади до розвитку внутрішнього туризму доцільно значно збільшити заходи підтримки, які надають туроператорам. Зокрема, можна скоротити розмір сплачуваного такими підприємствами податку на додану вартість.

3. Активне використання цифрових технологій у сфері туризму. Однією із сучасних тенденцій, що визначають розвиток туризму у світі, є активний розвиток цифрових технологій. Їх упровадження в Україні актуальне для планування та купівлі подорожей. Із цією метою дуже перспективним стає створення туристичних маркетплейсів – спеціальних онлайн-майданчиків для продажу турів, які об'єднують різних учасників ринку та надають широкий спектр туристичних послуг.

4. Трансформація підходу до державного управління та розвитку туристичної галузі в регіонах. Заходи щодо розвитку туризму з боку держави з акцентом на економічну складову мають бути підтримані й на місцевому рівні, для чого необхідно переглянути організацію регулювання туристичної галузі в регіонах України. Зараз таке регулювання досить специфічне і відрізняється в кожному регіоні, що пояснюють частково соціально-економічними особливостями.

Багато країн готові продовжити розвиток туристичної галузі із застосуванням таких попереджувальних заходів, як двотижнева ізоляція туристів на карантині у певних готелях, проведення двох чи багатетапного тестування, а також надання певних преференцій вакцинованим туристам. Однак останні заходи не завжди є популярними в осіб, які бажають подорожувати, тому що вони не завжди готові до карантинних заходів або не бажають нести високі фінансові витрати на багаторазове тестування, яке підтвердить відсутність коронавірусної інфекції.

Хвилястий розвиток пандемії COVID-19, на жаль, не дає змоги більшості країн світу виробити будь-які превентивні заходи, спрямовані на розвиток туристичної галузі. Незважаючи на те що застосування заходів захисту населення тієї чи тієї країни від зараження коронавірусом необхідне, не можна не брати до уваги важливість розвитку таких важливих галузей, як туризм чи сфера гостинності, оскільки все це впливає як на рівень ВВП країни, так і на зайнятість населення в цій сфері. У зв'язку з цим урядам різних держав ще належить запровадити низку різних проєктів, що дадуть змогу з урахуванням створення певного рівня безпеки для своїх громадян усе ж таки здійснювати розвиток туризму в державі.

Ураховуючи характер ситуації, що розвивається, ще зарано оцінювати повний вплив COVID-19 на міжнародний туризм. Але в будь-якому разі коронавірус напевно призведе до банкрутства багатьох туристичних брендів, включаючи двох-трьох міжнародних круїзних операторів. У цілому залишиться після пандемії значно менше учасників туристичного й транспортного ринків. Очікуємо, що особливо постраждають малі та середні підприємства, які становлять близько 80 % туристичного сектору.

Висновки

Наразі немає жодного експерта, який міг би прогнозувати чи передбачити вплив COVID-19 на сферу туризму. Світові та ринкові втрати внаслідок пандемії є величезними. Проте оцінити їх зараз украй складно через відсутність достатніх статистичних даних і небажання деяких компаній, галузей та країн (особливо країн, що розвиваються) розкривати рівень економічного спаду.

Багато експертів і науковців дотримуються думки про тривале відновлення туристичної галузі. Є різні варіанти того, яким чином у майбутньому відновлюватиметься галузь: світові стандарти для подорожі будуть жорсткішими однозначно, що призведе до зменшення показників туристичної діяльності; туроператори скорочуватимуть свою діяльність або переходитимуть на віддалену роботу.

Отже, урядам країн з розвинуеною сферою туризму необхідно:

- установлювати тісні взаємовідносини з туристичними підприємствами щодо сприяння розвитку галузі;
- створювати фонди з урахуванням заходів, що стимулюють внутрішній ринок туризму;
- оптимізувати податкові збори зі встановленням довгострокових податкових пільг;
- субсидювати туристично-рекреаційні зони із залученням наукових фахівців і практиків щодо організації соціально-економічного простору на базі цих територій;
- складати довгострокові плани щодо підвищення стійкості туристичного ринку, урахувавши можливість настання в найближчому майбутньому інших світових криз.

Нарешті важливо зробити туризм безпечним, щоб не допустити виникнення спалахів інфекції в різних дестинаціях. Для цього необхідно посилити контроль за використанням засобів індивідуального захисту, забезпечити всі громадські місця достатньою кількістю засобів для дезінфекції приміщень, а також тестувати туристів на наявність коронавірусної інфекції в момент подорожі.

Список бібліографічних посилань

- Козловський, Є. В. (2017). Особливості використання сучасних мультимедійних технологій у туристичній діяльності. В *Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір* [Монографія] (с. 212–230). Інститут культурології НАМ України.
- Козловський, Є. В. (2019). Сучасні інформаційно-технологічні можливості управління туристичним підприємством. В *Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities* [Monograph] (с. 580–593). Baltija Publishing.
- ТОВ «МінфінМедіа». (2022, 10 лютого). *Коронавірус: статистика по країнах*. <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/geography>
- Gursoy, D., & Chi, Ch. G. (2020). Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>

- Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis and Sustainability in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3037–3050. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0357>
- UNWTO. (2020, March 24). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>
- UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. <http://travelmarketsinsider.net/unwto-global-tourism-grows-a-moderate-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

References

- Gursoy, D., & Chi, Ch. G. (2020). Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231> [in English].
- Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis and Sustainability in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3037–3050. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0357> [in English].
- Kozlovskiy, Ye. V. (2017). Osoblyvosti vykorystannia suchasnykh multymediinykh tekhnolohii u turystychnii diialnosti [Features of implementation of the modern multimedia technologies in tourism]. In *Novi media v suchasnomu suspilstvi: kulturolohichni vymir [New Media in Modern Society: Cultural Dimension]* [Monograph] (pp. 212–230). Institute for Cultural Research of the National Academy of Arts of Ukraine [in Ukrainian].
- Kozlovskiy, Ye. V. (2019). Suchasni informatsiino-tekhnologichni mozhlyvosti upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Modern Information and Technological Capabilities of Tourism Enterprise Management]. In *Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities* [Monograph] (pp. 580–593). Baltija Publishing [in Ukrainian].
- MinfinMedia Ltd. (2022, February 10). *Koronavirus: statystyka po krainakh [Coronavirus: Statistics by Country]*. <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/geography> [in Ukrainian].
- UNWTO. (2020, March 24). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf> [in English].
- UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. <http://travelmarketsinsider.net/unwto-global-tourism-grows-a-moderate-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> [in English].

PROBLEMS AND PERSPECTIVE OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Yevhen Kozlovskiy^{1a}, Iryna Yatsiuk^{2a}, Karolina Stolozh^{3a}

¹ PhD in Public Administration, Associate Professor
at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business;
e-mail: ek2002@bigmir.net; ORCID: 0000-0002-0878-6170

² Master's Student at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business;
e-mail: yatsiuk.iryana09@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2405-0598

³ Master's Student at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business;
e-mail: linastolozh@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2514-1236

^a Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The article states that COVID-19 significantly affects the global economic, political and socio-cultural systems, so global and market losses due to the pandemic will be huge. However, it is extremely difficult to assess them now due to the lack of sufficient statistical data and the reluctance of some companies, industries and countries to disclose the level of economic decline. In our view, the nature, unprecedented circumstances and consequences of this pandemic show that crisis will lead to profound and long-term structural and transformational changes in international tourism. The author notes that the inaccessibility of international tourism and the closure of external borders due to the pandemic is a catalyst for the growth and development of demand for domestic tourism. These conditions are a great opportunity for the Ukrainian tourism market to demonstrate its potential to citizens by providing a quality domestic tourism product. It is noted that the pandemic is forcing most tourism enterprises to innovate and adapt to unprecedented changes in the business. Successful innovation will certainly be of strategic importance, helping to keep businesses competitive during and after the pandemic.

Keywords: tourism; economy; crisis; security; pandemic; recovery; UNWTO; COVID-19



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.