

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4>**Крупіца І. В.**кандидат економічних наук, доцент
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1438-5039>**Свтушок О. В.**кандидат економічних наук
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6027-7330>**Киричук В. Г.**аспірант,
ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9925-809X>**Krupitsa Iryna, Yevtushok Olha**

Odessa National Academy of Food Technologies

Kyrychuk VladyslavHigher Education Institution Open International University
of Human Development "Ukraine"

СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

За останні 2 роки туристична індустрія, в період пандемії та довгих карантинних заходів, знаходиться як і більшість бізнесу в кризовому стані. Вона втратила велику кількість підприємств, які не змогли вижити на ринку, це склало приблизно 25%, а ті підприємства, що залишилися, повинні пристосуватися до нових умов праці, з дотриманням карантинних вимог та новими потребами споживачів послуг. З огляду на це, в умовах сьогодення набувають актуальності новітні напрями туристичного бізнесу, які в сучасних умовах забезпечать весь комплекс послуг, з додатковим спектром сервісу та дотриманням умов безпечного відпочинку. Численні дослідження доводять, що новітніми трендами туристичного розвитку міжнародного масштабу є: Workcations – поєднання роботи, навчання та відпочинку; соло-туризм; онлайн-тур; Bleisure – поєднання бізнес-поїздок та відпочинку; міні-подорожі – подорожі вихідного дня; внутрішній туризм; Wellness – туризм здорового способу життя тощо. Обґрунтовано, що з урахуванням національних традицій та менталітету перспективними напрямками розвитку туристичної сфери України найближчої перспективи слід вважати – внутрішній, сільський (зелений), гастрономічний та історико-культурний види туризму і, відповідно, створені на їх базі інноваційні туристичні продукти та послуги тощо. Щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні види туризму, що обумовлять можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості, сприятимуть пришвидшеному впровадженню онлайн-форм і цифрових інструментів у наданні туристичних послуг тощо.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, туристичний продукт (послуга), туристичний ринок, внутрішній туризм, туристична криза, карантинні обмеження, тренди та перспективи розвитку галузі.

WORLD TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS TOURISM IN UKRAINE

Tourism is a multifaceted socio-economic and cultural phenomenon of the early XXI century. Experience shows that the development of tourism creates the necessary conditions for increasing the level of mobility and employment of the population, promotes stable economic growth, rational use of cultural and natural heritage sites. The current situation in the tourism sector requires an active search for ways to overcome the crisis of intensifying the production of tourism products with the necessary quality. The aim of the study is to analyze trends in the tourism sector of Ukraine and the world due to the crisis, the study of new opportunities for transformation of the tourism market in accordance with new global requirements and operating conditions. For the last 2 years, the tourism industry, during the pandemic and long quarantine measures, is like most businesses in crisis. It lost many businesses that failed to survive in the market, which was about 25%, and the remaining businesses must adapt to new working conditions, with quarantine requirements and new needs of service consumers. In view of this, in today's conditions the newest directions of tourist business which in modern conditions will provide all complex of services, with an additional spectrum of service and observance of conditions of safe rest become actual. Numerous studies show that the latest trends in tourism development on an international scale are: Workcations – a combination of work, study, and leisure; solo tourism; online tour; Leisure – a combination of business travel and leisure; mini-trips – weekend trips; domestic tourism; Wellness – tourism of a healthy way of life, etc. It is substantiated that considering national traditions and mentality perspective directions of development of tourism sphere of Ukraine soon should be considered - domestic, rural (green), gastronomic and historical-cultural types of tourism and, accordingly, innovative tourist products and services created on their basis. For the tourism business to quickly adapt to the normal state, it is necessary to introduce innovative types of tourism that will attract more people to the tourism business and generate additional income by introducing new offers, new

tours, visiting special cities and a range of best quality services. accelerated introduction of online forms and digital tools in the provision of tourist services, etc.

Keywords: *tourism, tourism industry, tourism product (service), tourism market, domestic tourism, tourism crisis, quarantine restrictions, trends, and prospects of the industry.*

JEL Classification: L83

Постановка проблеми. Туризм є багатоаспектним соціально-економічним і культурним феноменом початку XXI століття. Як показує досвід, розвиток туризму створює необхідні умови для підвищення рівня мобільності та зайнятості населення країни, сприяє стабільному економічному зростанню економіки, раціональному використанню об'єктів культурної та природної спадщини. Ситуація, яка склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної якості [1].

У 2020 р світова індустрія туризму зазнала серйозної кризи, пов'язаної зі стрімким поширенням нового виду коронавірусу (COVID-2019) по всій планеті. За підрахунками Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), у результаті COVID-19 може бути втрачено понад 197 млн робочих місць у сфері гостинності, фінансові втрати сектору, за її оцінками, становитимуть 3,4 трлн дол. до кінця 2020 р. [2]. Тривалі обмеження на подорожі також призведуть до скорочення внеску галузі у світовій ВВП на 4,7 трлн дол., або на 53%, порівняно з 2019 р., зазначає організація [3]. Усе це означає, що ринок сфери гостинності можуть чекати невідворотні зміни, і те, наскільки швидко як світовий туристичний ринок, так і туристичні ринки окремих країн зможуть пристосуватися до нових реалій, матиме безпосередній вплив на стан та існування цих ринків у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням основних тенденцій функціонування та перспектив подальшого розвитку ринку туристичних послуг та туристичної сфери України в цілому присвячено роботи вітчизняних вчених: М. Бойко, М. Босовської, О. Гальцової, В. Данильчука, М. Кабушкіна, В. Кицяка, Н. Коржа, В. Лагодієнко, О. Любіцевої, В. Мацуки, О. Меліх, Н. Моїсєєвої, О. Покатаєвої, Г. Саркісян, Г. Скляра, Т. Ткаченко, О. Трохимець, Н. Ушенко, І. Черниш, Н. Щербакової та ін.

З огляду на суттєві зміни світової економіки, що виникли в результаті негативного впливу пандемії COVID-19 набуває актуальності потреба у нових фундаментальних дослідженнях туристичної індустрії в контексті як континентального, так і регіонального розвитку, зокрема в Україні. Сьогодні провідні вчені економісти разом із представниками туристичної галузі намагаються знайти шляхи виходу з кризи, розглядають нові можливості туристичного ринку, намагаються в той чи інший спосіб переорієнтуватися згідно з новими світовими вимогами тощо.

Метою статті є аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та світу зумовлених кризовими явищами, дослідження нових можливостей трансформації туристичного ринку відповідно до нових світових вимог та умов функціонування.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні туризм справедливо вважається феноменом XXI ст., адже зі 195 держав світу в туризмі задіяні понад 150 країн.

Протягом останніх десятиліть світовий туризм демонструє впевнене зростання. За оцінкою Всесвітньої туристської організації (UNWTO), число туристських прибуттів у всьому світі у 2030 р. становитиме 1,36 млрд осіб. Іншими словами, кожен п'ятий житель планети здійснюватиме туристичні поїздки. У глобальному масштабі туризм становить близько 10% ВВП і понад 6% світового експорту [4].

За останні 2 роки туристична індустрія, в період пандемії та довгих карантинних заходів, знаходиться як і більшість бізнесу в кризовому стані. Вона втратила велику кількість підприємств, які не змогли вижити на ринку, це склало приблизно 25%, а ті підприємства, що залишилися повинні пристосуватися до нових умов праці, з дотриманням карантинних вимог та новими потребами споживачів послуг. З огляду на це, в умовах сьогодення набувають актуальності новітні напрями туристичного бізнесу, які в сучасних умовах забезпечать весь комплекс послуг, з додатковим спектром сервісу та дотриманням умов безпечного відпочинку.

Зараз, після довготривалих карантинних заходів та в зв'язку з тим, що пандемія не закінчилась, а лише змінила свої форми, повністю змінилися світові тренди у сфері туризму. Наразі визначальним напрямом є bleisure (business + leisure) — це поєднання бізнес-поїздок та відпочинку (рис. 1). Ця схема працює так: bleisure є продовження бізнес-подорожі на декілька днів з метою відпочинку. Останні дослідженнями показали, що на сьогодні вже біля третини клієнтів у світі замовляють послугу business + leisure, ще декілька років тому цю послугу замовляв лише кожен десятий. Але в нас не настільки багато часу, чому б не скористатися можливістю побачити цікаві місця, відвідати виставку, приділити увагу собі, поспілкуватися у неформальній атмосфері, перебуваючи у певній локації з бізнес-метою [10]?

Ще одним напрямком, що дуже поширився останнім часом, а особливо на це вплинула пандемія, є розвиток, так званого, соло-туризму, тобто подорожей наодинці [1]. Є багато причин для соло-подорожі: подивитися на людей і на світ навколо, спробувати щось нове, знайти нових друзів, залікувати душевні рани, розвіятися, насолодитися світом та тишею. Цей тренд активно підхопили і зробили популярним, завдяки соціальним мережам. Окрім цього соло-туризм став дуже затребуваний у часи карантинних заходів, де також збільшуються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, набуває особливого значення у якому регіоні провести відпочинок, яка там екологія, здорова їжа, безпека перебування.

У карантинних умовах дуже змінився і час перебування в подорожі, він скорочується, дуже популярними стали міні-поїздки (наприклад — тури вихідного дня), з метою орієнтації туристів на отримання унікальних вражень та досвіду під час поїздки. Це гарний вид відпочинку, який за короткий час дозволяє вдихнути нових емоцій, відірватися від виробничого процесу та отримати заряд свіжості та бадьорості, а особливо якщо



Рис. 1. Світові тренди розвитку туристичної індустрії

Джерело: авторська розробка

повна відпустка ще далеко. Зараз за 2-3 дні вікенду, можливо побувати у найвіддаленіших куточках планети, злітати на море, побувати у горах, побачити друзів або родичів з іншої країни, при сучасному розвитку ринку авіаперевезень, автомобільного та залізничного транспорту.

Наступним трендом туристичного сегменту є Wellness-туризм. Це туризм здорового життя, він орієнтований на відновлення свого фізичного та психологічного стану. Wellness-туризм визначається професіоналами галузі як подорож, яку робить людина з метою поліпшити або підтримати своє здоров'я.

У нинішній час, коли частина людей значно більше почала приділяти увагу підтримки організму в здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини, правильному харчуванню, слідкувати за якістю життя та обирати не просто відпочинок, а конкретний напрямок, який дозволяє задовольнити усі їх потреби, з'явилися нові тренди туризму, що можуть надати весь спектр таких послуг тощо.

За офіційною статистикою, туризм не посідає значне місце в загальній економіці України, оскільки становить близько 3-4% від ВВП [6], на відміну від європейських країн, де в середньому на туризм припадає 10% ВВП, і країн Азійсько-Тихоокеанського регіону, де ця частка сягає 50,2% [5]. Хоча, за останніми розрахунками, проведеними внутрішніми експертами міжнародних структур (ВТО, ЮНВТО), частка туризму в Україні становить близько 9% ВВП [6]. З огляду на це, варто проаналізувати внесок туризму у світовий ВВП за країнами, які є найпопулярнішими серед туристів (рис. 2).

Кількісний підхід до ранжування регіонів за рівнем розвитку сфери туризму станом на кінець 2021 р. дозволяє говорити виходячи з наступних значень офіційних статистичних показників: а) чисельність громадян країни, розміщених у спільних місцях розміщення – 16,49 млн осіб, що більше значення за

аналогічний період попереднього року на 11,72%; б) чисельність іноземних громадян, розміщених у спільних засобах розміщення – 2,72 млн осіб, що більше значення за аналогічний період попереднього року на 6,39%; в) обсяг платних послуг готелів та аналогічних послуг з надання тимчасового житла – 61,36 млрд грн, що менше значення за аналогічний період докризового року на 8,52% [8].

На сьогодні науковці прогнозують, що відновлення туристичної сфери розпочнеться з відновлення внутрішнього туризму, і це загальносвітова тенденція. При цьому варто відзначити, що внутрішній туризм України не був готовий до пандемії COVID-19, зокрема до збільшення туристичного попиту громадян України на українські туристичні продукти. Саме тому виникла ситуація, коли з'явилась можливість часткової переорієнтації туристичних агентцій на внутрішні тури Україною замість закордонних турів.

За даними ЮНВТО, у 2019 р. Україна мала 25 млн в'їзних туристів і входила до 10 країн Європи за показником відвідуваності. У таблиці 1 наведено туристичні відвідування регіонів України до пандемії COVID-19 за результатами опитування 10 найбільших туроператорів.

Деякі вітчизняні туристичні компанії змогли вловити цю тенденцію і вчасно переорієнтуватися. Зокрема, туристичний оператор Join UP! відзначив, що в 2020 р. суттєво зріс потік туристів усередині країни у більш дорогому сегменті, так званому Vip-відпочинку. Це пов'язано із закриттям кордонів та вимушеним відпочинком в Україні тих, хто завжди відпочивав за кордоном.

У свою чергу, серед найперспективніших напрямів туристичної діяльності є також розвиток сільського, зеленого, гастрономічного та історико-культурного видів туризму і, відповідно, створених на їх базі туристичних продуктів. Так, за оцінками постачальників послуг наразі найбільшим попитом користується внутрішній туризм, який поєднує у собі відпочинок на



Рис. 2. Внесок туризму у світовий ВВП, % за найпопулярнішими туристичними маршрутами

Джерело: побудовано на основі [5]

Таблиця 1

Популярність регіонів України для відпочинку, %

Регіон	%	Регіон	%	Регіон	%
Одеська	17,4	Полтавська	3,7	Черкаська	1,3
Закарпатська	11,8	Дніпропетровська	3,6	Київ	1,1
Запорізька	7,7	Чернігівська	3,2	Чернівецька	1,1
Київська	7,7	Миколаївська	3,2	Рівненська	1,1
Івано-Франківська	7,4	Вінницька	2,9	Тернопільська	1,1
Львівська	6,7	Волинська	2,1	Кіровоградська	0,8
Дніпропетровська	6,6	Донецька	2,1	Луганська	0,5
Херсонська	6,4	Житомирська	1,6	Важко відповісти	3,2
Черкаська	5,9	Хмельницька	1,6	Не хочу відповідати	0,5
Харківська	4,4	Сумська	1,3	Львівська	8,0

Джерело: сформовано авторами за даними [7]

природі (рис. 3). Слід зазначити те що, кожен регіон України має свої унікальні туристичні локації. До кожного регіону можна скласти безліч цікавих туристичних маршрутів. Однак реальні показники відвідуваності, зібрані суми туристичного збору, витрати на розвиток туристичної інфраструктури та промоцію дозволяють визначити регіони-лідери.

Лідерами внутрішнього туризму України є «ТОП-7 туристичних напрямків України у 2019 р.» (до пандемії COVID-19): Львівська область – лідер екскурсійного туризму; Одеська область – лідер пляжного туризму; Закарпатська область – лідер гастрономічного туризму; Івано-Франківська область – лідер активного відпочинку; Херсонська область – край заповідної природи; Запорізька область – лідер сімейного відпочинку; Тернопільська область – лідер замкового туризму. Найпопулярнішим приморським курортом є Затока, природним заповідником – Асканія Нова, міський маршрут – Києво-Печерська Лавра, Старе місто Львова.

Щодо сільського туризму (часто можна побачити назву «сільський зелений туризм»), то насамперед потрібно констатувати, що він користується особливим попитом серед українських громадян [9], які проживають у містах і хочуть провести свій відпочинок у сільській місцевості. При цьому туристи користувались послугами розміщення в агросадбах або мали власні помешкання у селах, чи відвідували рідних та знайо-

мих, які проживають у сільській місцевості.

Доцільно звернути увагу на сучасний досвід та наукові дослідження, які засвідчують, що прискорений розвиток сільського туризму може відіграти роль катализатора туристичної галузі України, зокрема розвитку сільського туризму в Україні сприяють такі фактори: 1) різноманітні природні та історико-культурні туристичні ресурси в сільських місцевостях України; 2) відносно екологічна незабрудненість сільських місцевостей порівняно з містами України; 3) наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів; 4) наявність широкого спектру додаткових туристично-екскурсійних послуг щодо майстер-класів, наприклад, з виготовлення туристичних сувенірів, лозоплетіння (столиця українського лозоплетіння – село Іза Хустського району Закарпатської області), проходження туристичних маршрутів різної складності по гірським масивам, катання на конях тощо.

Щодо іншого пріоритетного напрямку розвитку туристичного потенціалу України, а саме гастрономічного туризму, то вважаємо, що необхідно шукати створювати нормативно-правову базу для його забезпечення. Державна підтримка гастрономічного туризму повинна полягати у створенні сприятливих умов для забезпеченні якості послуг, діяльності підприємців та безпеки продукції, що виготовляється, формування відповідного інституційного середовища для розви-



Рис. 3. Опитування респондентів, щодо проведення планового відпочинку, %

Джерело: за даними [7]

тку цього пріоритетного напрямку розвитку туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства. Для просування гастрономічного туризму потрібно провести такі заходи: 1) створити гастрономічний календар подій в Україні; 2) заснувати маркування «Домашня кухня», «Екологічна кухня», «Закарпатська кухня» та кухні інших областей України; 3) створити інтерактивну карту підприємств харчування, що представляють інтерес для гастрономічного туризму та рекомендовані для відвідування туристами, де гарантовано страви готуються з сировини місцевого виробництва, а якість страв та обслуговування варті уваги туристів; 4) створити офіційні сайти таких підприємств, акцентуючи на перевагах та особливостях гастрономічного туризму України та кожної області зокрема; 5) інтегрувати кулінарні школи до туристичного простору України тощо.

Гастрономічний туризм як в комплексі з іншими видами туризму, так і окремо дає змогу не тільки підвищити інтерес до гастрономії, але й підтримувати його в тривалій перспективі, забезпечуючи стійкий додатковий приплив туристів, який буде сприяти формуванню нового, гастрономічного руху у суспільстві. Також використання особливостей та різновидів гастрономічного туризму робить міста України не тільки популярними, але й конкурентно-здатними на ринку туристичних послуг. Це можна пояснити тим фактом, що коли особливості української кухні інших областей будуть відомими українцям із інших областей, то з'явиться додаткова можливість популяризувати інші області і збільшиться туристичний потік гастротуристів і, від-

повідно, збільшаться обсяги прибутків від туристичної галузі.

На нашу думку, важливим вектором розвитку сільського та гастрономічного туризму було б розроблення та затвердження регіональних програм розвитку сільського та гастрономічного видів туризму та загальнодержавної Програми розвитку сільського та гастрономічного видів туризму в Україні.

Наступним пріоритетним напрямом розвитку туристичного потенціалу України, який користується особливою популярністю у внутрішніх туристів, нами визначено історико-культурний туризм. Роль історико-культурного туризму важко переоцінити, адже він сприяє збереженню національної культури, автентичності (наприклад, дерев'яні церкви Закарпаття, які збудовані без жодного гвіздка та віднесені до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО), національної ідентичності, національних цінностей українців тощо. Зокрема доцільно звернути увагу на етнографічні ресурси України. Етнографічні ресурси України – це традиційна складова історико-культурного потенціалу. До етнографічних ресурсів ми віднесли ресурсів, які об'єднують елементи національного колориту та неповторної самобутності. До таких ресурсів відносять: традиції, обряди, свята, народні промисли, традиційні житла, одяг, танці тощо. Зокрема, особливу популярність здобула українська вишивка, за специфічними елементами якої можна визначити належність до тієї чи іншої області України, а також інтерес у туристів, як внутрішніх, так і в'їзних, викликають майстер-класи по виготовленню кераміки та ін. Це все сприяє збере-

женню української національної культури в умовах глобалізації.

Висновки. Однією з галузей, яка найбільше постраждала та зазнала значних фінансово-економічних наслідків під час пандемії COVID-19, є туристична галузь. На сьогодні туристична індустрія зазнає великих трансформацій, вимагає якісного та ретельного аналізу чинників впливу на туристичний попит.

Щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні напрямки. Поява нових напрямів та використання світових трендів, це ще одна додаткова можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості.

Країни починають переорієнтовуватися на стимулювання розвитку внутрішнього туризму, сприяють пришвидшеному впровадженню онлайн-форм і цифрових інструментів у наданні туристичних послуг. Однак, найімовірніше, купівельна спроможність населення знизиться, тому зросте попит на бюджетні внутрішні тури. Що стосується виїзного туризму, то для його від-

новлення знадобиться набагато більше часу. У зв'язку з цим суб'єктам туристичної галузі потрібно концентрувати свої зусилля саме в сегменті внутрішніх подорожей, вивчаючи та просуваючи потенційно перспективні напрямки та розробляючи нові пропозиції. Через страх населення перед великим скупченням людей, вірогідно, туризм буде ставати все більш індивідуальним, зросте популярність екотуризму, що має в Україні великий потенціал. Наслідком такої кризи стане посилена увага туристів до безпеки подорожей та санітарно-епідеміологічного стану в країнах.

Суб'єктам туристичного бізнесу потрібно направити вектор свого розвитку на наступні ключові моменти: сконцентруватися на сегменті внутрішнього туризму, визначити основні пріоритетні напрями вітчизняного туризму, враховуючи наявні ресурси та народні традиції; розробити нові пропозиції, що орієнтовані на бюджетний та індивідуальний туризм; розширити можливості для екологічного туризму; підвищити якість обслуговування туристів; враховувати санітарно-епідеміологічний стан місць перебувань туристів, якість страхових послуг; сприяти цифровій трансформації процесів функціонування та розвитку туристичної галузі тощо.

Список використаних джерел:

1. Тонкошкур М.В. Оцінка впливу окремих норм законодавства на практичну діяльність у сфері туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Випуск 35. С. 59–64.
2. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. *Analysys*. World Travel & Tourism Council (WTTC); вебсайт. URL: <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond> (дата звернення: 01.11.2021).
3. У сфері туризму більше половини робочих місць можуть зникнути. Економічна правда: вебсайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/31/666801> (дата звернення: 01.12.2021).
4. Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2020/vipusk__80._ijun_2020_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/loguntsova.pdf (дата звернення: 21.12.2021).
5. World Data Atlas. URL: <https://knoema.com/atlas> (дата звернення: 21.12.2021).
6. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкуренто-спроможного розвитку сфери туризму в Україні»). Національна туристична організація України. 23.12.2021. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
7. Плотнікова М.Ф., Якобчук В.П. та ін. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. №3. С. 102–112.
8. Державна служба статистики. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.01.2022).
9. Плотнікова М.Ф., Мартинчук І.В. Зелений туризм як механізм багатофункціонального розвитку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 1 (12). URL: http://http://easterneurope_ebm.in.ua/12_2018_ukr (дата звернення: 15.01.2022).
10. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Пікуліна О.В., Реукова А.О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 49–56.
11. Лагодієнко В.В., Меліх О.О., Саркісян Г.О. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. *Вісник ХНАУ. Сер. Екон. науки : зб. наук. пр. Харк. нац. аграр. ун-ту ім. В. В. Докучаєва*. 2020. № 1. С. 325–333.

References:

1. Tonkoshkur M.V. (2021) Otsinka vplyvu okremykh norm zakonodavstva na praktychnu diial'nist' u sferi turyzmu [Assessment of the impact of certain legislation on practical activities in the field of tourism]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, Issue 35, pp. 59–64.
2. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. *Analysys*. World Travel & Tourism Council (WTTC); website. Available at: <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond> (accessed 01 November 2021).
3. In the field of tourism, more than half of jobs may disappear. *Economic truth*: website. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/31/666801> (accessed 01 November 2021).
4. Lohuntsova Y.V. (2020) Yndustryia turyzma v uslovyakh pandemyu koronavyrusa: vyzovy u perspektyvy [Coronavirus pandemic tourism industry: challenges and prospects]. *Hosudarstvennoe upravlenye* [Public administration]. (electronic journal). no. 80. Available at: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2020/vipusk__80._ijun_2020_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/loguntsova.pdf (accessed 01 November 2021).
5. World Data Atlas. Available at: <https://knoema.com/atlas> (accessed 01 November 2021).
6. Pandemiia COVID-19 ta ii naslidky u sferi turyzmu v Ukraini (Onovlennia do dokumentu «dorozhnia karta konkurentospromozhnogo rozvytku sfery turyzmu v Ukraini»). Natsional'na turystychna orhanizatsiia Ukrainy. 23.12.2021. [COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine (Update to the document "Roadmap for competitive development

of tourism in Ukraine"). National Tourist Organization of Ukraine]. Available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (accessed 01 November 2021).

7. Plotnikova M.F., Yakobchuk V.P. ta in. (2022) Derzhavna polityka realizatsii turystychnoho potentsialu Ukrainy [State policy of realization of tourist potential of Ukraine]. *Investments: practice and experience*, no. 3, pp. 102–112.

8. State Statistics Service. Official site. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 25 January 2022).

9. Plotnikova M.F., Martynchuk I.V. (2018) Zelenyj turizm iak mekhanizm bahatofunktsional'noho rozvytku [Green tourism as a mechanism of multifunctional development]. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, no. 1 (12). Available at: http://http://easterneurope_ebm.in.ua/12_2018_ukr (accessed 15 January 2022).

10. Charkina T.Yu., Zajtseva V.M., Pikulina O.V., Reukova A.O. (2022) Suchasni trendy rozvytku ta novi napriamy turystychnoi industrii [Modern development trends and new directions of the tourism industry]. *Agrosvit*, no. 3, pp. 49–56.

11. Lahodiienko V.V., Melikh O.O., Sarkisian H.O. (2020) Innovatsijnyj vplyv na rehional'ni turystychni rynky [Innovative impact on regional tourism markets]. *Bulletin of KhNAU. Ser. Econ. Science: Coll. Science. Hark Ave. nat. agrarian. University named after VV Dokuchaev*, no. 1, pp. 325–333.