

Інноваційно-інвестиційні чинники економічного зростання

УДК 338.48; JEL classification: Z3

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2021-2-11>

МОІСЄЄВА Наталія Іванівна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, ORCID ID: 0000-0001-6349-7892

КРУПІЦА Ірина Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та рекреації, Одеська національна академія харчових технологій, ORCID ID: 0000-0003-1438-5039

БАЙРАЧНА Оксана Костянтинівна, старший викладач кафедри туристичного бізнесу та рекреації, Одеська національна академія харчових технологій, ORCID ID: 0000-0003-2401-3685

ПАВЛЮК Світлана Іванівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу, Миколаївський національний аграрний університет, ORCID ID: 0000-0001-9093-5237

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Моїсєєва Н. І., Крупіца І. В., Байрачна О. К., Павлюк С. І. Стратегічний контекст сталого розвитку туристичної сфери в Україні.

У статті досліджено стратегічний розвиток туристичної сфери в Україні в умовах пандемії, проаналізовано основні кількісні та якісні тенденції. Встановлено, що розвиток туристичної сфери в Україні в умовах пандемії, з одного боку, викликав активізацію внутрішнього туризму, з іншого – є асиметричним, найбільше розвиваються самодіяльний туризм та місцеві подорожі за місто й сільський туризм. У зв'язку із цим діяльність туристичних фірм різко скоротилася. Незважаючи на те, що присутній вітчизняний платоспроможний споживач, туристичні фірми просто не можуть запропонувати йому адекватні за ціною та якістю й порівняні із іноземними аналогами туристичні послуги. Без істотних капітальних вкладень і їх ефективного освоєння туристична галузь України не може розвиватися. Після закінчення пандемії прогнозується, що платоспроможний український турист масово перейде на іноземний туризм. Слід зробити висновок, що вітчизняні туристичні фірми, окремі місцеві атракції використовують переваги, надані пандемією не для подальшого розвитку своєї діяльності, а для короткострокового нарощення прибутків. Особливо це стосується туристичних фірм та засобів розміщення узбережжя Азовського та Чорного морів. Що стосується туристичної зони Карпат, то в ній туристична галузь активно розвивається і постійно підвищується якість послуг, розробляються нові туристичні та екскурсійні програми. Отже, основними результатами розвитку туристичної сфери останні роки є збільшення внутрішнього туризму, створення додаткових робочих місць, загальне піднесення економіки регіонів прибережної зони та Карпат. Як і раніше, переважна більшість регіонів України дуже слабо використовує свій туристичний потенціал. Слід запропонувати та реалізувати комплексну програму для розвитку внутрішнього туризму в Україні за умови активного залучення іноземних туристів. В той час, коли більшість приймаючих країн закрилися для туристів (особливо в Азії, а для азійських країн – у Європі), слід запропонувати нові туристичні продукти, адаптувати вже існуючі для нових типів туристів та підвищити їх якість. Запропоновано комплексний підхід до управління функціонуванням туристичної сфери окремого регіону.

Ключові слова: туризм, туристична сфера, туристичний ринок в умовах пандемії, внутрішній туризм, формування конкурентоспроможного туристичного продукту, комплексний підхід до розвитку туризму.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Безперечно, сфера послуг взагалі і туристична сфера зокрема є одними із найбільших локомотивів розвитку світової економіки. І дійсно, туристична сфера акумулює значну частку світових фінансових та трудових ресурсів, на неї припадають сотні мільярдів доларів інвестицій. Вона є однією із найбільш привабливих за темпами віддачі капіталу та темпами росту прибутків. Вірніше, була. Пандемія, яка розпочалася 2019 року, повністю перекреслила перспективи розвитку туристичної галузі на декілька років.

Туризм відноситься до секторів економіки, що найбільше постраждали від наслідків пандемії, викликаного поширенням вірусу COVID-19. Лише за вісім місяців 2020 р. кількість міжнародних прибутків від туризму знизилася на 70%. Експортні надходження від туризму зменшилися на 730 млрд доларів порівняно з аналогічним періодом 2019 р., що більш ніж у вісім разів перевищує збитки 2009 р. через глобальну економічну кризу. Сфера подорожей та туризму може втратити до 174 млн робочих місць. Оскільки всередині країн криза торкнулася всіх видів діяльності,

пов'язаних з індустрією гостинності, то в цілому COVID-19 має серйозний вплив на ВВП у всіх державах, особливо в тих, які значною мірою залежать від готельного та туристичного секторів економіки.

Не викликає сумнівів, що будуть потрібні безпрецедентні заходи щодо виходу галузі з глибокої кризи. Як показує досвід довгих місяців роботи в умовах різного роду обмежень, запропоновані механізми підтримки галузі повинні допомогти швидко адаптуватися до нової, слабо передбачуваної реальності з урахуванням ключових трендів у туризмі, які стали актуальними у зв'язку з поширенням коронавірусу. У цьому контексті слід означити сучасні тенденції, що впливають на визначення стратегічних напрямів процесів відновлення та подальшого розвитку сфери туризму як на світовому рівні, так і на вітчизняному ринку туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку туристичної галузі в умовах пандемії вже знайшла своє відображення в роботах вітчизняних та закордонних фахівців. Так, дослідженнями останніх тенденцій розвитку галузі туризму займаються такі науковці, як О. Любіцева, М. Мальська, М. Костриця, І. Сміль, В. Кифяк, Мармуль, О. Сарапіна, Л. Стеченко. Серед робіт зарубіжних дослідників слід зазначити праці Дж.К. Холловея, Н. Тейлора, К. Адамса та ін. Проте чимало останніх проблем та перспектив розвитку туризму в умовах пандемії на теоретичному та практичному рівнях ще вимагають поглиблених досліджень. Зокрема, на сьогодні концептуальні основи перебудови структури туристичних послуг є надто суперечливими, методологія їх стратегічного розвитку розроблена недостатнім чином, деякі особливості розвитку туристичної сфери окремих регіонів в нових умовах враховуються не повною мірою.

Мета статті – проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку туристичної сфери України в умовах світової пандемії та обґрунтувати концептуальні засади її стратегічного розвитку з врахуванням усіх перспектив, які виникли останнім часом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наприкінці 2019 року туристична галузь була на підйомі: будувалися готелі, відкривалися ресторани, авіакомпанії купували нові літаки. Подорожі стали новим культурним кодом міленіалів, які звели їхню цінність на п'єдестал. Були навіть випадки, коли у Парижі та Амстердамі обмежували відвідуваність деяких об'єктів. Ніхто не міг припустити, що невдовзі індустрія подорожей

опиниться у кризі. Згідно з опублікованим звітом МВФ про зовнішній туризм за 2020 рік, Коста-Ріка, Греція, Марокко, Португалія та Таїланд, економіка яких орієнтована на іноземних мандрівників, зазнали збитків понад 3% від ВВП [9]. Глобальний дохід галузі туризму в 2020 році склав близько 447,4 млрд доларів, що на 34,7% менше, ніж у попередньому.

Головна риса туризму під час пандемії: люди хочуть відпочивати як раніше, але це більше неможливо. Деякі країни закриті зовсім, в інших діє масковий режим, ПЛР-тести, а буває і заборона залишати територію готелю. Тому якщо раніше напрямок обирали залежно від візового режиму, вартості, природних та культурних уподобань, то тепер враховують і протипандемічні обмеження. При цьому помітна стійка кореляція між попитом та ускладненням або ж спрощенням правил перетину кордону. Лідерами сьогодні є Туреччина, Єгипет, Чорногорія, Греція, Грузія, Албанія, Болгарія, Кіпр, Хорватія, Португалія, які й раніше були популярними серед українців, а під час пандемії змогли знайти баланс відкритості та контролю за безпекою. Минулого літа значно виграли ті країни, які залишилися відкритими. Та сама Албанія зміла залучити туристів, які раніше обирали інші маршрути. Аналогічно зимовий успіх Занзібара був пов'язаний як із загальним зменшенням вибору напрямів, так і з лояльними підходами цієї країни в умовах пандемії.

Дослідимо, які зміни відбулися в туристичній галузі України в останній рік.

Динаміка розвитку туристичної галузі в останні роки зображена в табл. 1.

Таблиця 1

Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, за видами туризму в 2015-2020 рр., осіб

Роки	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391
2020	2360278	11964	2125702	222612

Джерело: Державна служба статистики України (ukrstat.gov.ua)

Як ми бачимо з наведених даних, зростання кількості туристів в цілому та за окремими категоріями, яке відбувалося з 2015 по 2019 роки, змінилося різким обвалом у 2020 році (рис. 1). Особливо наслідки пандемії

видно на динаміці виїзних туристів, чисельність яких в 2020 році знизилась до 2,126 млн осіб з 5,525 млн осіб роком раніше. Ми бачимо, що начебто знизилась і кількість внутрішніх туристів – з 520 до 227 тис. осіб. Проте знизилась кількість внутрішніх туристів, які обслуговувались через туристичні фірми. Фактичні дані внутрішнього туризму дещо інші.

Певні висновки щодо перебування туристів у різних областях України можна

зробити з даних Державної податкової служби. Сума надходжень до місцевих бюджетів від турподатку в 2020 році склала близько 130 мільйонів гривень, що на 34% менше, ніж роком раніше. Однак, стверджувати про об'єктивність цих даних щодо реальної кількості туристів не можна. Адже турподаток сплачують заклади, що працюють офіційно, а значна частина підприємств працюють в «тіні».

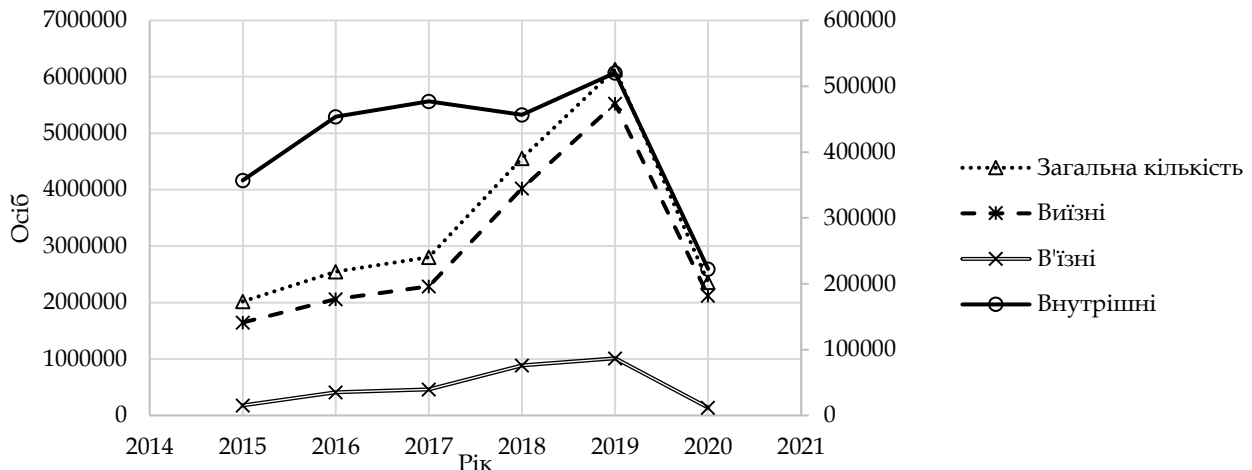


Рис. 1 Динаміка кількості туристів в Україні в 2015-2020 роках.

У ситуації, яка склалася з закордонними поїздками, чимало українців поїхали на місцеві курорти – значно більше, ніж торік, визнають туроператори та експерти цієї галузі. Орієнтація українців на внутрішній туризм у 2020 році – це крок відчаю. Адже внутрішній туризм в принципі не може дати того, що дає закордонний. Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень, як в популярних туристичних країнах, за помірні гроші. Друге: чистота пляжів і сервіс в Україні суттєво відстають. Місцеві готелі хочуть більше грошей, а відповідної якості переважно не дають. Та ще й конкуренція невелика, бо місць розміщення просто мало. Без сумніву, цього року значно більше українських туристів подорожують вдома, ніж за кордоном. До прикладу, всі більш-менш якісні готелі на українських морях зайняті до кінця серпня. Чи можна порохувати цей потік? Навряд чи, оскільки чіткої статистики від українських готелів немає. Частина місць розміщення не працюють офіційно та не платять туристичного збору, за яким можна порохувати, скільки мандрівників та по скільки днів відпочивали на курорті. Свої подорожі на Чорне та Азовське моря українці найчастіше організують самостійно, не звертаючись ні до турфірм, ні до офіційних готелів, тож точно порохувати їхню кількість навряд чи можливо.

✓ Таку спробу зробили мобільні оператори. Так, компанія «Vodafone Україна»

заявила, що на українських південних курортах у 2020-2021 роках значно побільшало абонентів, порівняно з літом 2019-го:

✓ у Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, судячи зі зростання мобільного трафіку, нині на 30% більше туристів, ніж в аналогічні дні минулого літа;

✓ на курорті Кирилівка (Запорізька область, Азовське море) мобільний трафік свідчить, що приїхало на 55% більше відпочивальників, ніж торік;

✓ в місті Бердянськ (Запорізька область, Азовське море) курортників, імовірно, на 37% більше, ніж в аналогічні дати 2019 року;

✓ на азовських курортах підконтрольної Києву частини Донеччини (Урзуф, Білосарайська коса) людей побільшало на 100-170%.

На другому місці за популярністю серед внутрішніх туристів після морів – Західна Україна, на третьому – столичний регіон та, власне, Київ, на четвертому – локальні туристичні цікавинки в інших місцях, стверджують експерти.

Цікаво, що в Карпатах, на думку туроператорів, більшою є частка легальних місць розміщення та менше проблем з якістю, ніж на морях. Однак тут туристичний потік дещо обмежила нещодавня руйнівна повінь. З іншого боку, гори, замки та міста Західної України не є альтернативою для пляжного

відпочинку, тож говорити, що Карпати уповні замінюють поїздки на море, не варто.

Фахівці, опитані Радіо Свобода, виділяють декілька чинників, які обмежують розвиток внутрішньо українського туризму, навіть попри карантинне закриття кордонів:

✓ Українські готелі, перевізники та туроператори не можуть налагодити постійного партнерства, як це роблять закордонні гравці ринку. Відтак немає «гуртових» знижок, спеціальних цін та взаємного інтересу поліпшувати сервіс.

✓ Гірша якість послуг стосовно їхньої вартості. В Україні майже нереально отримати такий сервіс, як у Туреччині, за ті ж гроші.

✓ В Україні мало готелів, здатних приймати туристів та забезпечувати сервіс на ту кількість «зірок», яку вони формально мають. І загалом українська туристична галузь – вкрай маленька в порівнянні з країнами-сусідами. Так, місто Краків у Польщі щороку приймає 14 мільйонів туристів. Для порівняння – український Львів приймає трохи більше від двох мільйонів гостей на рік.

✓ Чистота пляжів, безпека, якість доріг та води у водоймах – все це в Україні зазвичай гірше, ніж на популярних закордонних курортах.

✓ В Україні – значно гірший інвестиційний клімат для туристичної галузі, ніж в інших країнах регіону.

Коронавірус став фактором невизначеності не лише для зовнішнього, але й для внутрішнього туризму.

Українці, для яких ціни на морських і в карпатських курортах є зависокими, подорожують у відомі їм мальовничі місця самостійно: на своїх автівках, з власними наметами замість готельних номерів.

Дедалі більше українців, які торік могли собі дозволити квиток на літак і тропічні моря, нині постять у соцмережах світлина та відео, як вони відпочивають у наметі на березі моря, річки чи озера в Україні.

У соцмережах люди обмінюються інформацією про кемпінги та просто місця, куди можна приїхати з наметом чи автомобілем на відпочинок самостійно.

Тенденція, яка набирає обертів – самоорганізований внутрішній туризм. Ми бачимо, як різко в мандрівників відбувся ухил в бік наметів та вогнищ у мальовничих місцях України. І насправді це тривожний сигнал для тих, хто працює в засобах розміщення чи опікується харчуванням туристів. Це свідчить про те, що ціни в українській туристичній галузі не відповідають очікуванням клієнтів.

Таким чином, туристична сфера України минулого року зазнала близько 60 мільярдів гривень збитків через пандемію Covid-19 [2]. Багато привабливих туристичних об'єктів залишаються невідомими навіть для українців і практично недоступними для відвідувачів через відсутність належного сполучення чи погану якість транспортної інфраструктури. Значна кількість об'єктів культурної спадщини потребує залучення коштів для відновлення та реконструкції. Ефективному розвитку галузі перешкоджають недостатня державна підтримка, відсутність пільгового оподаткування та кредитування суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму. Низький платоспроможний попит значної частини населення вимагає орієнтації на розвиток так званого «бюджетного відпочинку». Однак через закриття кордонів популярності набуває також «vір-відпочинок». На цей сегмент ринку орієнтуються споживачі туристичних послуг, які раніше відпочивали за межами країни, тепер вони планують комфортно відпочити в Україні.

Популярним сьогодні є «відпочинок вихідного дня» із використанням власного транспорту. Часто споживачі вибирають коротші терміни відпочинку та індивідуальне розміщення, більша увага приділяється оздоровчому, морському, сільському зеленому туризму. За роки незалежності Україна не сформувала чіткої політики інформування світової спільноти про свої здобутки, історичну спадщину, культуру, соціальні реформи. Тому у пересічних громадян за кордоном уявлення про Україну формується завдяки оцінкам державних діячів і міжнародних організацій та найбільше завдяки публікаціям у закордонних мас-медіа, які переважно є негативними, оскільки присвячуються резонансним чи скандальним подіям.

Але у більшості іноземців, що відвідали Україну, враження від нашої країни були кращими ніж образ, який формували їм удома власні ЗМІ [5].

З огляду на це, до проблем розвитку туристичної сфери нами віднесено:

- відсутність інформації про привабливі туристичні об'єкти окремих регіонів на українському та міжнародному туристичних ринках;
- недостатня реклама та невміння зацікавити відвідувачів;
- низький рівень розвитку об'єктів туристичної інфраструктури;
- недостатній розвиток розважального сектора туристичної індустрії;
- проблемами з екологією тощо.

Незадовільна якість та вузький асортимент туристичних послуг негативно позначаються на конкурентоспроможності вітчизняного туризму. В той же час, поряд із значним зниженням загального обсягу пандемія надала розвитку туристичній галузі України нові можливості.

Перше – островізація (автономізація) туристських ринків. У надзвичайних умовах країни діють за принципом «кожен сам за себе», впроваджуючи політику «державного егоїзму» в частині обмеження або повної заборони експорту найважливіших медичних виробів та лікарських препаратів, а також низки продовольчих товарів. Враховуючи, що зараз важко визначити, коли закінчиться пандемія, кожна країна самостійно приймає рішення про відкриття кордонів та доступність пересування для громадян. Чимало країн на даний момент не тільки вжили цілу низку заходів, спрямованих на підтримку туристичного сектора для зниження наслідків кризи, але й розпочали розробку стратегії його відновлення та подальшого розвитку.

Водночас Kreiner & Ram вважають, що більшість держав-членів ЮНВТО діють самостійно, ігноруючи стратегії та рекомендації цієї організації. Порівнявши національні плани щодо підтримки туризму 7 країн – Австралії, Австрії, Бразилії, Ізраїлю, Італії, Китаю, Японії – дослідники зазначають [5], що ці держави виконали лише 8 % рекомендацій ЮНВТО, зосередившись на місцевій та короткостроковій тактиці відновлення туризму. Кожна країна розробила найбільш відповідний та ефективний для неї план порятунку галузі. При цьому більшість із держав роблять ставку на внутрішній туризм. Так, у Китаї вже спостерігається його відновлення: з травня до кінця червня 2020 р. кількість регіональних рейсів збільшилася.

В Україні подорожі країною стимулюють розвиток транспорту та сприяють відновленню докризових обсягів перевезень. У зв'язку з поширенням коронавірусу одним із викликів сучасності є послаблення всіх інтеграційних процесів та інших форм міжнародного співробітництва. Протягом короткого часу різко скоротився обсяг зовнішнього туризму, всі країни намагалися повернути громадян додому.

Друге – пріоритетність питань забезпечення безпеки та охорони здоров'я туристів. У майбутньому при виборі місця відпочинку люди орієнтуватимуться на «захищеність» території відвідування від різних інфекційних захворювань, на рівень медичної допомоги та вартість можливої профілактики. Велике

значення надаватиметься також підтримці політики «соціального дистанціювання», що передбачає мінімізацію контактів, а також зниження щільності відвідувачів у транспорті, готелях, ресторанах тощо. В умовах запуску внутрішнього туризму ключовим фактором відновлення роботи об'єктів проживання та відвідування також стане неухильне виконання ними санітарно-епідеміологічних вимог, а також дотримання заходів безпеки у разі виявлення хворих. У той же час страх захворіти підвищує і особисту відповідальність туристів, які все більше приділятимуть увагу страхуванню життя при оформленні турів та визначенні відповідності місць запланованого відвідування вимог безпеки в плані профілактики захворювань, рівня медичного обслуговування, організації роботи служб порятунку та швидкої допомоги, доступності інформації про існуючі загрози та швидкість реагування на скарги відпочиваючих.

Третє – зміни у попиті на туристські послуги, що обумовлено тривалим знаходженням людей вдома, організацією роботи у віддаленому форматі, психологічними переживаннями, зниженням доходів, прагненням до відвідування природних територій та оздоровлення. У зв'язку з цим доцільно створення нових об'єктів цілорічного доступу в галузі медичного, оздоровчого, спортивного, гастрономічного, екологічного туризму. забезпечення нових пріоритетних потреб клієнтів туристичної галузі. Діяльність туроператорів та турагентств переорієнтується з масового туризму на індивідуальні тури та онлайн-продажі, зросте попит на індивідуальних гідів та гідів-водіїв, на прокат автомобілів. Фахівці турбізнесу зазначають, що вже сьогодні збільшується категорія шляхів, які називаються «цифровими кочівниками» (digital nomads), що поєднують тривалі подорожі із віддаленою роботою. У зв'язку з цією вагомою конкурентною перевагою деяких туристських територій у майбутньому буде якість запропонованої інформаційної інфраструктури. Зміни у поведінці та пріоритетах споживачів туристських послуг вплинуть також на розвиток різних типів малих засобів розміщення.

Четверте – екологізація туризму: в умовах протистояння пандемії сектор екотуризму набуває все більшої популярності, неминуче відхиляючись від процесу «озеленення» видів економічної діяльності, пов'язаних із наданням туристично-рекреаційних послуг. У руслі розвитку екотуризму чимало країн не тільки мають значний потенціал, але й проводять активну політику щодо його

планування, регулювання, підтримки, просування та моніторингу, спираючись на міжнародні рекомендації щодо сталого розвитку. Слід визнати, що і в Європі, і в Китаї, і в Америці зростає попит на відпочинок та активне дозвілля в природних умовах і насамперед на відвідування заповідників.

Проте викликає побоювання помітне зниження уваги у суспільстві до питань впливу сфери туризму на довкілля. У епідеміологічній обстановці, що склалася, господарюючі суб'єкти при організації своєї діяльності значною мірою керуються санітарними вимогами, для дотримання яких виконується досить широкий комплекс заходів, що неминуче призводить до зростання споживання енергії, води, збільшення неспецифічних відходів (маски, рукавички). У коротко- та середньостроковій перспективі навряд чи варто очікувати повного скасування санітарних вимог, швидше за все, вони будуть актуальні до початку масової вакцинації. Тому у зв'язку зі зростанням внутрішнього туризму при визначенні заходів підтримки малих туристських проєктів та субсидування регіональних туристських програм із національного бюджету необхідно передбачити розробку та впровадження «зелених» стандартів підприємництва.

П'яте – посилення державної підтримки галузі, що за умов пандемії знайшло відображення у всіх країнах, що розглядаються, які сфокусувалися на зниженні адміністративного регулювання, заходах податкового стимулювання, прямої фінансової допомоги та інших формах підтримки. Зазначимо, що в багатьох країнах (наприклад, в Китаї) подібні заходи були вжиті на національному, регіональному та муніципальному рівнях. Враховуючи, що в нашій країні туризм та готельний бізнес включені до переліку найбільш постраждалих від карантинних заходів галузей, держава використовувала різні форми їх реанімації. Для прикладу, уряд Німеччини запровадив бюджетне стимулювання туристичної галузі, доходи якої в країні складають 23 % ВВП. Зокрема, з метою забезпечення платоспроможності компаній виділено 100 млрд євро, на підтримку ліквідності туристичних фірм – 400 млрд євро, на рефінансування галузі – 100 млрд євро. Також було запроваджено відтермінування податкових платежів та скорочення авансових податкових платежів, корпоративних податків і податків на торгівлю. Уряд сусідньої з нами Польщі виділив 5,65 млрд євро на підтримку мікропідприємств туристичної галузі у формі безвідсоткових позик і передбачив таку суму на

дотації для великих підприємств у формі позик або облігацій, придбання акцій або цінних паперів. У бюджеті країни також передбачено 11,3 млрд євро для підтримки малого та середнього бізнесу, дотичного до туризму, який становить 12 % ВВП Польщі. Продовжено податкові канікули на термін від 6 до 12 місяців, а термін дії нульової ставки за позиками – до 12 місяців. Власники туристичних фірм отримали змогу обговорити умови надання позики незалежно від розміру їхнього бізнесу. У Словаччині уряд надав гарантії на суму до 500 млн євро на місяць, щоб допомогти підприємствам отримати кредит, а також виділено фінансову допомогу для збереження робочих місць у галузі. Туристичні компанії отримали дозвіл на списання збитків поточного року. Уряд Угорщини призупинив виплати за кредитами до кінця цього року для всіх, хто отримав кредит до 18 березня, знизив щорічну відсоткову ставку для нових позик.

Висновки та перспективи подальших досліджень. За результатами дослідження слід окреслити напрями, що можуть бути сприятливими для розвитку туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні в час коронакризи:

- ✓ збереження внутрішнього туризму і вхідного пасажиропотоку на тому самому рівні зі спрямуванням більшої частини вихідного трафіку на дестинації в межах України;
- ✓ здешевлення та максимальний баланс «ціна-якість» можуть відіграти рушійну роль у становленні туристично-рекреаційного комплексу;
- ✓ санітарно-гігієнічні умови та можливість дистанціювання під час проживання та відпочинку є важливими чинниками конкуренції за споживача;
- ✓ підтримка державою внутрішнього повітряного та залізничного транспортного сполучення та цін на квитки з можливими субвенціями;
- ✓ підтримка державою внутрішнього туризму через впровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній для цього виду туризму.

Одним із перспективних напрямів виходу вітчизняного туризму з кризової ситуації є розвиток рекреаційного туризму, який стає потужним джерелом попиту, а отже, й привабливим для інвестицій, що принесе необхідний рівень прибутків. Зазначений напрям має величезний потенціал і широкі можливості для інвесторів. За умови правильного розвитку лікувальний туризм може стати самостійною галуззю

туристичного ринку, спроможною прино-
сити високий рівень прибутків. При цьому
надзвичайно важливим є регуляторний
вплив з боку держави, що повинен

здійснюватися насамперед ринковими мето-
дами. Обґрунтування інструментів впливу є
важливим напрямом подальших наукових
досліджень.

Література.

1. *Гоблик-Маркович Н. М., Ільтьо Т. І.* Аналіз динаміки та актуальних проблем розвитку сфери туризму. *Освіта і наука*. 2018. №24 (1). С. 16–22.
2. *Горбань Ю.* До речі, в туризмі Україна не пасе задніх. 2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>.
3. *Жаліло Я.А., Ковалівська С.В., Филипенко А.О., Химинець В.В., Головка А.А.* Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків: Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. Київ, 2019. 29 с. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>
4. *Заворуєва О.С.* Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України. дис...к.е.н. за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2019. 205 с.
5. *Оболенцева Л.В., Галицька А.М.* Оцінювання впливу туризму як економічного явища: Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. 232 с.
6. Оперативна інформація про поширення коронавірусної інфекції 2019-nCoV, 2020. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/operativna-informacija-pro-poshirennja-koronavirusnoi-infekcii2019-ncov>
7. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні, 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>. Погребняк, Л. В. та Гавришків, Н. Б., 2020.
8. *Погребняк Л.В., Гавришків Н.Б.* Розвиток сільського туризму в Україні в період пандемії COVID-19. *Sciences of Europe*, 2020. Vol. 2, №56. С. 11–15.
9. 2020. External Sector Report: Global Imbalances and the COVID-19 Crisis. URL: <https://www.elibrary.imf.org/view/books/085/29144-9781513549019-en/29144-9781513549019-en-book.xml>

References.

1. *Hoblyk-Markovych, N. M., Il't'o, T. I.* (2018). «Analysis of the dynamics and current issues of tourism development». *Osvita i nauka*. №24 (1), p. 16–22.
2. *Gorban, Y.* (2019). By the way, in tourism, Ukraine does not lag behind. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>.
3. *Zhalilo, Ya. A., Kovalivska, C. V., Filipenko, A. O., Khiminets, V. V. and Golovka, A. A.* (2019). *Schodo rozvytku turyzmu v Ukraini v umovakh pidvyschenykh epidemichnykh ryzykiv: Analitychna zapyska Natsional'noho instytutu stratehichnykh doslidzhen'*. [Regarding the development of tourism in Ukraine in the conditions of increased epidemic risks: an analytical note of the National Institute for Strategic Studies]. Available at: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>
4. *Zavoruieva, O.S.* (2019). *Udoskonalennia stratehii upravlinnia rozvytkom turystychnoi haluzi Ukrainy*. [Improving the management strategy of the tourism industry of Ukraine]. Ph.D. Thesis. Classical private university.
5. *Obolentseva, L.V., Halyts'ka A.M.* (2019). Assessing the impact of tourism as an economic phenomenon. *Suchasni tendentsii rozvytku industrii turyzmu ta hostynnosti u konkurentnomu seredovyschi*. [Current trends in the tourism and hospitality industry in a competitive environment]. *Proceeding of the Materials International. scientific-practical conf.* Kharkiv. Kharkiv National University of Municipal Economy named after OM Beketova.
6. Operational information on the spread of coronavirus infection 2019-nCoV, (2020). Available at: <https://moz.gov.ua/article/news/operativna-informacija-pro-poshirennja-koronavirusnoi-infekcii2019-ncov>
7. COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine, (2020). Available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.
8. *Pogrebnyak, L.V., Gavrishkiv N.B.* (2020). Development of rural tourism in Ukraine during the COVID-19 pandemic. *Sciences of Europe*. Vol. 2, №56, pp. 11–15.
9. 2020. External Sector Report: Global Imbalances and the COVID-19 Crisis. Available at: <https://www.elibrary.imf.org/view/books/085/29144-9781513549019-en/29144-9781513549019-en-book.xml>

Abstract.

Moisieieva N., Krupitsa I. V., Bairachna O., Pavliuk S. I. Strategic context of sustainable tourist development in Ukraine.

The article examines the strategic development of the tourism sector in Ukraine under COVID-19, analyzes the main quantitative and qualitative trends. It is outlined that the development of the tourism sector in Ukraine in pandemic

conditions, on the one hand, caused the intensification of domestic tourism, on the other hand, it is asymmetric, the most developed ones are amateur tourism and local travel to the city and rural tourism. As a result, the activities of travel agencies have declined sharply.

Despite the fact that there is a domestic solvent consumer, travel companies simply cannot offer them adequate travel services in price and quality and comparable to foreign counterparts. Without significant capital investments and their effective development, the tourism industry of Ukraine cannot develop. After the end of the pandemic, it is predicted that a solvent Ukrainian tourist will switch to foreign tourism in masse. It should be concluded that domestic travel companies, some local attractions use the benefits provided by the pandemic not for the further development of their activities, but for short-term revenue growth. This is especially true for travel agencies and accommodation facilities on the coastline of the Azov and Black Seas.

As for the tourist zone of the Carpathians, the tourism industry is actively developing and the quality of services is constantly improving, new tourist and excursion programs are being developed. Thus, the main results of the development of the tourism industry in the last two years were the increase of domestic tourism, the creation of additional jobs, the general rise of the economy of the regions of the coastal zone and the Carpathians. As before, the vast majority of regions of Ukraine make very little use of their tourism potential. A comprehensive program for the development of domestic tourism in Ukraine should be proposed and implemented. The second direction is the active involvement of foreign tourists. At a time when most host countries are closed to tourists (especially in Asia, and for Asian countries – in Europe), it is necessary to offer new tourism products, adapt existing ones for new types of tourists and improve their quality. It is necessary to offer a comprehensive approach to managing the functioning of the tourism industry in each region.

Keywords: tourism, tourism market under pandemic, domestic tourism, the formation of a competitive tourism product, an integrated approach to tourism development.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021 р.

Бібліографічний опис статті:

Моїсєєва Н. І., Крупица І. В., Байрачна О. К., Павлюк С. І. Стратегічний контекст сталого розвитку туристичної сфери в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2021. № 2. С. 60-67.

Moisieieva N., Krupitsa I. V., Bairachna O., Pavliuk S. I. Strategic context of sustainable tourist development in Ukraine. Actual problems of innovative economy. 2021. No. 2, pp. 60-67.

УДК 338.24:336.153.2; JEL classification: D73; H26
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2021-2-12>

РУЖИЦЬКИЙ Ігор Юрійович, кандидат економічних наук, Національний університет «Чернігівська політехніка», ORCID ID: 0000-0001-7811-0689

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ПОШИРЕННЯ ТІНІЗАЦІЙНОЇ ТА КОРУПЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ НА ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Ружицький І. Ю. Оцінювання впливу поширення тінізаційної та корупційної складової на формування економічної безпеки.

Дане дослідження дало можливість встановити, що беручи до уваги значну кількість досліджень, здійснених в Україні за попередні роки, основними проблемами у дослідженні корупції на державному рівні залишається не-присутність лонгитюдних або порівняльних вивчень. Також неможливо порівняти різні величини в часі, що стає наслідком відсутності однієї методології її універсальних індексів. Застосування міжнародної методології, нерідко без пристосування до національного контексту, не дає зображення реально існуючого положення в нашій державі. Корупція переважно прирівнюється тільки до хабара (поза увагою лишається торгівля впливу на затвердження рішень, «відкати», «застосування службового статусу», надання цінних подарунків, або реалізація послуг та інші). До того ж учасники, даючи відповідь на питання про корупцію, надають власне суб'єктивне пояснення, яке додає недостатню обізнаність самих вчених щодо поняття феномену «корупція». Не вивчаються непрямі показники корупції, такі як інституціональні способи її стимулятори для корупції. Згідно з результатами компаративного вивчення бізнес-середовища та визнання запропонованого методичного засобу до визначення та оцінки дії загроз фінансовій безпеці бізнесу досліджено, що на теперішній час тіньова економіка та корупція її обсяги їхнього розповсюдження перешикоджують діяльності бізнесових складових та є фактичними загрозами безпеки економіки України з найбільшим рівнем впливу, що веде до розповсюдження спланованої злочинності, та утворюють соціальне напруження в країні. Оцінювання рівня економічної безпеки бізнесу на базі економіко-математичного моделювання дає можливість встановити поточний економічний стан власників бізнесу, визначити реальні та можливі загрози, спланувати їх вплив на цільові характеристики безпеки її створити напрями заподіяння та зменшення загроз економічній безпеці бізнесу. Знаходження впливу зовнішніх загроз безпеці економіці бізнесу є базою для формування методів з її гарантування, що в контексті здійснення соціально-економічної стратегії країни: в теоретичному розумінні вимагає утворення певного механізму, який би в цілому охарактеризував схему елементів та зв'язків між ними, спрямованих на утворення безпечних передумов розвитку країни, а в фактичному – реалізації в висвітленому керуванні заходів щодо протидії загрозам безпеці бізнесу, встановлення обов'язкових для нього ресурсів, формування та застосування джерел.

Ключові слова: економічна безпека, забезпечення, державна політика, мінімація, корупція.