Електронне наукове фахове видання **"Ефективна економіка"** включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975)
www.economy.nayka.com.ua | № 1, 2022 | 27.01.2022 р.

DOI: 10.32702/2307-2105-2022.1.90

УДК 656.224.072

Г. Г. Тараненко,
к. пед. н., доцент, доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук,
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
ORCID ID: 0000-0002-4334-3981

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

H. Taranenko
PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Sciences and Humanities, Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

THE TOURISM DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS: REALITIES AND PROSPECTS

Проведена аналітична робота щодо аналізу тенденцій розвитку туризму у сучасних умовах. Систематизовано найбільш ймовірні зміни, що очікують туристичну галузь у найближчі роки за даними світових онлайн-платформ та інформаційних агентств, зокрема: зростання цінності та попиту на подорожі, зокрема далекі; активний розвиток екотуризму, підтримка місцевих спільнот, зростання ролі недалеких подорожей, сільського та природного туризму; повернення ділових поїздок, бізнес-мандрівок, розширення кола спілкування у подорожах та зростання популярності відпусток у компанії друзів; гнучкість, нові можливості та інтерес до високотехнологічних варіантів подорожей, зокрема, умовність поділу між різними напрямками бізнесу, абонемент на подорожі, створення власних островів круїзними компаніями тощо.
Відстоюється думка, що саме внутрішній туризм у самодіяльній чи організованій формі має виступити і реаніматором, і драйвером для туристичного сектора економіки. Зазначено, що це буде більш ймовірним у тих країнах, де є сприятливі природні умови та відповідна інфраструктура (варто зазначити, що у більшості європейських країн вказані фактори присутні). Акцентовано увагу на тому, що за умов, що склалися, туристична сфера стала більш гнучкою, креативнішою, у певному сенсі «інакшою», що стало важливим складником майбутнього розвитку і аж ніяк занепаду.

It is noted that the COVID-19 threat, which has not yet passed, was a special challenge for all spheres of life but encourages to look to the future with faith and optimism. In this regard, the need to analyze the travelers expectations, which directly determine the vectors of the travel companies development, have become especially relevant. In the current situation, it is difficult to accurately predict the further development of the tourism industry, but analyzing the results of studies of the world's largest online platforms, information agencies, specializing in travel industry and European providers of advanced information technology, we were able to identify common projected trajectories of the tourism industry development for the next few years.
Analytical work on the analysis of trends in tourism development in modern conditions was carried out. The most probable changes that await the tourism industry in the coming years, according to the world's online platforms and news agencies, were systematized. Among them: growth in value

and demand for travel, including long-distance travel; active development of ecotourism, support of local communities, growing role of short-distance travel, rural and natural tourism; business trips return, expanding the circle of communication in travel and increasing the popularity of holidays in the company of friends; flexibility, new opportunities and interest in high-tech travel options, in particular, the conditional character of the business areas division, travel season tickets, the creation of their own islands by cruise companies, etc.
It is argued that domestic tourism in an amateur or organized form should act as both a resuscitator and a driver for the tourism sector of the economy. It is noted that this will be more likely in those countries where there are favorable natural conditions and appropriate infrastructure (it should be noted that in most European countries these factors are present).
Emphasis is placed on the fact that under the current conditions, the tourism sector has become more flexible, more creative, in a certain sense "different", which has become an important component of future development and not of decline.

Ключові слова: *туристична сфера; інноваційний туризм; криза; виклики; зміни; перспективи розвитку.*

Key words: *tourism sphere; innovative tourism; crisis; challenges; changes; prospects for development.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах туризм продемонстрував високий ступінь чутливості до сучасної кризи, свідченням чого стала реакція мандрівників, яка проявилася у масових відмовах від бронювання та в істотному скороченні туристичного трафіку, спричинені негативним фоном новин навіть у той час, коли COVID-19 ще не був визнаний пандемією [17].

Традиційно вважалося, що туризм, хоча і є досить вразливим перед різними кризами та потрясіннями (соціальними та природними), проте має високий ступінь адаптованості та швидкості відновлення [12, с. 76-87]. Однак сучасна криза показала, що варто очікувати глибоких та довгострокових змін, здатних трансформувати структуру та тенденції світового туризму [14]. У зв'язку із цим сьогодні активно обговорюються проблеми формування як абсолютно нової туристичної парадигми розвитку [9], так і скоригованої з урахуванням пандемії «програми досліджень», що розглядає економічні, політичні, поведінкові та інші аспекти функціонування туризму [19]. Такі дослідження обов'язково включають розробку механізмів і моделей прогнозування та раннього реагування на кризи, методи достовірної оцінки їх масштабів, ефективної антикризової політики урядів та компаній.

Загалом сучасний шоковий стан, пов'язаний із впливом пандемії на розвиток туристичної галузі, актуалізує дослідження, що уможливлюють оцінити вплив криз і чинників нестабільності у розвитку як окремих сегментів туристичного ринку (розміщення, харчування, перевезень тощо), так і галузі загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку туризму у сучасних умовах останніми роками набуло особливої актуальності за умов пандемії та перебуває у колі уваги наукових та практичних досліджень. Значущість означеної проблеми актуалізується в умовах реалізації ефективного механізму формування конкурентних переваг та, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу й розширення конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринках туристичних послуг.

У докризовий період результати таких досліджень були широко представлені у закордонних розвідках [6; 7] та у вітчизняний публікаціях [1; 2; 3; 4]. Під впливом пандемії стали з'являтися роботи, у яких моделюється вплив COVID-19 на туризм [18], обговорюються наслідки пандемії та поведінка учасників туристичного ринку на усіх етапах кризи (реагування, відновлення та перезавантаження) [14, с. 312-321.]. Розглядаються також можливі заходи державної підтримки туристичного сектора в умовах кризи [3; 4; 5].

Формулювання цілей статті. Мета статті – проаналізувати тенденції розвитку туризму у сучасних умовах і механізми формування конкурентних переваг суб'єктів туристичного бізнесу як складової їх стратегічного розвитку та визначити провідні вектори розвитку туристичних компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відлік сучасної фази розвитку міжнародного туристського ринку розпочинають з 1950-х роках, коли каталізаторами його бурхливого зростання виступили чинники, пов'язані з повоєнним відновленням економіки та соціальної сфери, зокрема, зростання чисельності населення розвинених економік, збільшення реальних прибутків та тривалості відпусток. Створення туристичної інфраструктури у цей час супроводжувалося диференціацією попиту та диверсифікацією пропозиції.

У період з 1950 по 2005 роки скорочення міжнародних туристських прибутків спостерігалося лише тричі: у 1982 році – у результаті спаду світової економіки, а також у 2001 та 2003 роках – унаслідок активізації міжнародного тероризму. Світова криза 2008-2009 роках спричинила четверте й останнє зниження прибутків туристичної галузі аж до 2020 року. Однак тоді відновлення відбулося дуже швидко – за туристичними прибутками та доходами від туризму світовий ринок вийшов на докризовий рівень уже у 2010 році.

Що стосується загалом місця європейського туризму на міжнародному ринку, то, за критерієм «туристичні прибуття», його частка у 2019 році становила 51%, за експортом туристичних послуг (доходів від

туризму) – 39%. Європа має дуже розвинену туристичну інфраструктуру (колективні засоби розміщення (КЗР), тематичні парки, кафе та ресторани тощо) і великою кількістю рекреаційних зон, сприятливих для розвитку найрізноманітніших видів туризму (пляжного, гірськолижного, екскурсійного тощо). Крім того, в Європі найвища концентрація міжнародних туристських маршрутів, колосальні інвестиції в інфраструктуру, маркетинг і рекламу, розвинені міжрегіональні зв'язки. Є країни (зокрема, Чехія, Чорногорія), у яких туристичний сектор становить близько половини всіх експортних надходжень. Іншими словами, сучасна Європа є найбільшим туристичним ринком, що займає, за абсолютними показниками, передові позиції серед інших макрорегіонів.

Найбільша частина європейського ринку (більше 75%) припадає на країни Євросоюзу, найбільшими туристичними центрами якого є Франція, Іспанія, Італія та Німеччина. Всі вони входять до топ-10 світових лідерів із туристичних прибутків та доходів від туризму. Згідно з базою даних Knoema, у 2018 році прямий внесок туристичної галузі у ВВП Євросоюзу становив 3,87% [8]. Трійка країн-лідерів, що входять до ЄС, за цим показником (внесок у ВВП країни) виглядає таким чином – Греція (8,48%), Австрія (7,71%), Португалія (7,1%). Разом із тим європейські країни за вказаним індикатором не можуть конкурувати зі світовими лідерами, такими як Макао (50,28%), Мальдіви (32,49%), Сейшели (27,22%). Така ситуація є цілком природною – європейська економіка є диверсифікованою; концентрація виключно на туризмі означала б відмову від інших видів економічної діяльності у сфері виробництва та секторі послуг, що є неможливим у сучасних умовах.

Оцінку розвитку європейського туризму можна робити не лише за прибуттям, туристичними витратами та надходженнями, а й за комплексними показниками. Одним з них, як відомо, є індекс конкурентоспроможності сфери туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI), що розраховується щорічно. Конкурентоздатність конкретної країни оцінюється за семибальною шкалою за 90 індивідуальними показниками. Показники агрегуються у чотирнадцять груп, кожна з яких має різну питому вагу. Потім визначаються чотири субіндекса, усереднення яких дозволяє визначити зведений TTCI.

Підсумки оцінки конкурентоспроможності, отримані експертами Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) у 2019 році, вкотре продемонстрували значну роль європейського туризму. У топ-10 країн, що отримали найвищі оцінки, потрапили 6 європейських держав, причому три з них (Іспанія, Франція та Німеччина) зайняли найвищі рядки рейтингу [16].

Слід зазначити, що дані результати були отримані до пандемії COVID-19. Проте, варто зазначити, що вже тоді експерти звернули увагу на низку негативних тенденцій, що загрожують сталому розвитку туризму, зокрема й європейському. Так, у звіті ВЕФ підтверджується вплив ефекту «овертуризму» (overtourism, надмірний туризм), що розпочався у 2015 році та став предметом пильної уваги закордонних дослідників [10; 11; 13]. Зазначеним терміном описується перевантаження туристських центрів або регіонів через надлишок відвідувачів, що призводить до погіршення якості життя місцевих жителів та спричиняє негативне сприйняття таких поїздок самими туристами.

Явище «овертуризму» найбільш яскраво проявляється на тлі зростання економіки індустрії туризму – його репутація як акумулятор гігантських доходів разом з мультиплікативним ефектом змушує уряди європейських країн стимулювати туристичну активність. Однак це посилює навантаження на інфраструктуру і викликає незадоволення місцевих жителів, які все частіше вимагають ввести обмежувальні заходи. Наприклад, у Барселоні у 2018 році проходили протести городян на туристичних пляжах, з'являлися антитуристичні графіті. Особливу занепокоєність у місцевих жителів викликає перехід однієї з головних визначних пам'яток міста – парку Гуеля – з громадського простору в зону, зайняту майже виключно туристами (щорічна відвідуваність парку перевищує 9 млн. чол.). Опитування показують, що 60% жителів виступають за стримування туристичних потоків; на їхню думку, Барселона досягла або перевищила свої можливості для подальшого розвитку туризму [15].

Разом із тим розвиток європейського туристичного ринку в період з 2000 до 2020 років йшов у позитивному напрямі (за винятком короткотривалого спаду через світову економічну кризу), що підтверджує відому тезу про невисоку, але стійку динаміку зростання зазначеного сектору. Якщо як критерій зростання ринку взяти ряд індикаторів, за якими веде щомісячне спостереження Євростат, і проаналізувати їх протягом двох десятирічних періодів, розділених кризами 2009 і 2020 років, то ця динаміка дійсно буде характеризуватись відносною стабільністю.

Криза 2020 року стала найсильнішим ударом по європейському туристичному ринку за всю його історію. Загалом, оцінки UNWTO, щодо спаду у Європі міжнародних поїздок у 2020 році порівняно з 2019 роком понад 65% виправдалися. Варто зазначити, що остаточний результат вказаної динаміки залежить від сценарію завершення пандемії, тривалості карантинних заходів, характеру урядової підтримки галузі, можливостей самих туристичних компаній протистояти кризі. Глибина спаду також визначатиметься ступенем залежності тієї чи іншої країни від міжнародного туризму і швидкістю переорієнтації туристських потоків на внутрішній ринок.

У ситуації що склалася, важко точно спрогнозувати подальший розвиток туристичної галузі, проте, аналізуючи результати досліджень найбільших світових онлайн-платформ, інформаційних агентств, що спеціалізуються на індустрії подорожей та європейських постачальників передових інформаційних технологій, нам вдалося виявити спільні передбачувані траєкторії розвитку туристичної галузі на найближчі декілька років.

В основу проведеного аналізу було взято масштабне дослідження, проведене компанією Booking.com (онлайн-платформа у сфері туризму), в якому взяли участь 24 000 мандрівників із 31 країни. Отримані результати компанія підкріпила власними даними та висновками за останні 25 років, спрогнозувавши зміну уявлень про подорожі на найближчий період. Окрім цього важливим інформативним джерелом стали дослідження інформаційного агентства Skift, що спеціалізується на індустрії подорожей та європейського

постачальника передових інформаційних технологій Amadeus, за допомогою яких більше 1,6 млрд мандрівників щорічно отримують доступ до послуг туристичних агенцій, авіакомпаній, готелів та інших тревел-постачальників.

Проведена аналітична робота уможливила систематизацію найбільш ймовірних змін, які очікує туристичну галузь у найближчі роки за даними світових онлайн-платформ та інформаційних агентств (Таблиця 1.).

Таблиця 1.

Найбільш ймовірні зміни, які очікують туристичну галузь у найближчі роки за даними світових онлайн-платформ та інформаційних агентств

№	BOOKING.COM	AMADEUS	SKIFT
1.	подорожі як метод турботи про себе, відновлення балансу, розділення роботи та відпочинку	нові джерела натхнення для подорожей	зростання цінності та значущості подорожей
2.	більше задоволення у поїздках	прагнення «насолоджуватися моментом»	подорожі на далекі відстані стануть довшими
3.	бажання підтримувати місцеві спільноти	активний екотуризм	недалекі подорожі, сільський та природний туризм, найближчі культурні пам'ятки
4.	розширення кола спілкування мандрівниками	повернення ділових поїздок	бізнес-мандрівки; відпустку у компанії друзів
5.	імпровізація – важлива частина подорожей; гнучкість – важлива умова туристичної галузі	інтерес до високотехнологічних варіантів подорожей	поділ між різними напрямками бізнесу ставатиме дедалі умовнішим; абонемент на подорожі; круїзні компанії розвиватимуть свої острови; зміни на ринку створюватимуть нові можливості;

Як видно з аналітичної таблиці, найбільш ймовірними очікуваннями є наступні: зростання цінності та попиту на подорожі, зокрема далекі (випливає з пунктів 1 та 2); активний розвиток екотуризму, підтримка місцевих спільнот, зростання ролі недалеких подорожей, сільського та природного туризму (пункт 3); повернення ділових поїздок, бізнес-мандрівок, розширення кола спілкування у подорожах та зростання популярності відпусток у компанії друзів (пункт 4); гнучкість, нові можливості та інтерес до високотехнологічних варіантів подорожей, зокрема, умовність поділу між різними напрямками бізнесу, абонемент на подорожі, створення власних островів круїзними компаніями тощо (пункт 5).

Висновки. Отже, останні два роки змінили погляд практично на всі аспекти життя загалом, і туристичну сферу зокрема. Правила та вимоги безпеки, що постійно змінюються, стали новою нормою та вимогою сучасності. Людство опинилося у ситуації, коли збільшується потреба у новітніх технологіях, що у свою чергу, спонукає до критичного аналізу впливу людини на екологію. Саме останніми десятиріччями актуалізувалося питання щодо готовності до захисту соціальної справедливості, навколишнього середовища – тобто світу у якому перебуває сучасна людина 24/7. Дійсно, за таких умов, світ став по-домашньому маленьким і водночас безмежно великим. Особливим викликом для усіх сфер життя стала загроза COVID-19, яка ще не минула, проте спонукає дивляться у майбутнє з вірою та оптимізмом. У зв'язку із цим особливої актуальності набула потреба в аналізі очікувань мандрівників, що безпосередньо визначає вектори розвитку туристичних компаній.

Проведений аналіз довів, що саме внутрішній туризм у самодіяльній чи організованій формі має виступити і реаніматором, і драйвером для туристичного сектора економіки. Щоправда, це буде більш ймовірним у тих країнах, де є сприятливі природні умови та відповідна інфраструктура (варто зазначити, що у більшості європейських країн вказані фактори присутні). За умов, що склалися, туристична сфера стала більш гнучкою, креативнішою, у певному сенсі «інакшою», що стало важливим складником майбутнього розвитку і аж ніяк занепаду.

Перспективи подальших досліджень будуть спрямовані на визначення ефективності функціонування суб'єктів туристичної галузі (як тих, що адаптувалися до нових умов, так і тих, що залишаються незмінними) та аналіз розвитку нових напрямів і видів туризму з оцінкою їх економічної ефективності.

Список літератури.

1. Ангелко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. № 2. С. 71-79.

2. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. 6 (34). С. 9–17.

3. Білоцерківський О.Б. Сучасний стан і перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки*. 2018. 28 (2). С. 170–173.

4. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241 (дата звернення: 17.01.2022).

5. Черненко Н., Зінченко Л. Розвиток туризму як пріоритетної галузі економіки. *Підприємництво та інновації*. 2019. (8). – С. 99-104. – URL: https://doi.org/10.37320/2415-3583/8.16 (дата звернення: 17.01.2022).

6. Eugenio-Martin J. & Campos Soria J. "Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Annals of Tourism Research*. Vol. 44. January 2014. pp. 53-73.

7. Garau-Vadell J., Taño D., Armas R.J. Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*. Vol. 7, March 2018. pp. 68-75.

8. Knoema. – URL: https://knoema.ru/atlas (дата звернення: 17.01.2022).

9. Kock F., Norfelt A., Josiassen A., Assaf A., Tsionas E. Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm. *Annals of Tourism Research*. November 2020. Vol. 85. Article 103053.

10. Koens K., Postma A., Papp B. Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*. 2018. Vol. 10. No 12. pp. 1-15.

11. Mihalic T. Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*. Vol. 84. September 2020. Article 103025.

12. Novelli M., Gussing Burgess L., Jones A., Ritchie B.W. 'No Ebola…still doomed' – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*. Vol. 70. May 2018. pp. 76-87.

13. Pasquinelli C., Trunfio M. Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens. *Cities*. Vol. 102. July 2020. Article 102729.

14. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. Vol. 117. September 2020. pp. 312-321. 2020.

15. The Airbnb Invasion of Barcelona. – URL: http://www.newyorker.com/magazine/2019/04/29/the-airbnb-invasion-of-barcelona (дата звернення: 17.01.2022).

16. The travel & tourism competitiveness report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. – URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 17.01.2022).

17. Ugur N.G. & Akbiyik A. Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism management perspectives*. September 2020. Vol. 36. Article 100744.

18. Yang Y., Zhang H., Chen X. Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak, *Annals of Tourism Research*. March 2020. Article 102913.

19. Zenker S. & Kock F. The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*. December 2020. Vol. 81. Article 104164.

References.

1. Anhelko, I. V. (2014), "Current state and prospects of development of the tourism industry in Ukraine", *Ukrains'kyj sotsium*, vol. 2, pp. 71-79.

2. Bespala, O.A. (2017), "Current state, problems and prospects of development of the tourist market in Ukraine", *Ekonomika: realii chasu*, vol. 6 (34), pp. 9–17.

3. Bilotserkivs'kyj, O.B. (2018), "Current state and prospects of international tourism development in Ukraine", *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu: Seriia Ekonomichni nauky*. , vol. 28 (2), pp. 170–173.

4. Riabova, T. A. (2018), "Status and prospects of development of the tourism industry in Ukraine", *Efektyvna ekonomika,* [Online], vol. 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241 (Accessed 17 Jan 2022).

5. Chernenko, N., Zinchenko, L. (2019), "Development of tourism as a priority sector of the economy". *Pidpryiemnytstvo ta innovatsii*, [Online], vol. 8, pp. 99-104. https://doi.org/10.37320/2415-3583/8.16.

6. Eugenio-Martin, J. and Campos Soria, J. (2014), "Economic crisis and tourism expenditure cutback decision", *Annals of Tourism Research*, vol. 44, pp. 53-73.

7. Garau-Vadell, J., Taño, D. and Armas, R.J. (2018), "Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations", *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 7, pp. 68-75.

8. Knoema (2022), available at: https://knoema.ru/atlas (Accessed 17 Jan 2022).

9. Kock, F., Norfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A. and Tsionas, E. (2020), "Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm", *Annals of Tourism Research*, vol. 85, Article 103053.

10. Koens, K., Postma, A. and Papp, B. (2018), "Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context", *Sustainability*, vol. 10, No 12, pp. 1-15.

11. Mihalic, T. (2020), "Conceptualising overtourism: A sustainability approach", *Annals of Tourism Research*, vol. 84, Article 103025.

12. Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A. and Ritchie, B.W. (2018), " 'No Ebola…still doomed' – The Ebola-induced tourism crisis", *Annals of Tourism Research*, vol. 70, pp. 76-87.

13. Pasquinelli, C. and Trunfio M. (2020), "Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens", *Cities*, vol. 102, Article 102729.

14. Sigala, M. (2020), “Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research”, *Journal of Business Research*, vol. 117, pp. 312-321.

15. Mead, R. (2019), “The Airbnb Invasion of Barcelona”, [Online], available at: http://www.newyorker.com/magazine/2019/04/29/the-airbnb-invasion-of-barcelona (Accessed 17 Jan 2022).

16. World Economic Forum (2019), “The travel and tourism competitiveness report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point”, [Online], available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (Accessed 17 Jan 2022).

17. Ugur, N.G. and Akbiyik, A. (2020), “Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison”, *Tourism management perspectives*, vol. 36, Article 100744.

18. Yang, Y., Zhang, H., Chen, X. (2020), “Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equi-librium modeling of infectious disease outbreak”, *Annals of Tourism Research*, Article 102913.

19. Zenker,. S. and Kock, F. (2020), “The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda”, *Tourism Management*, vol. 81, Article 104164.

Стаття надійшла до редакції 20.01.2022 р.