

### 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/73-1-4>

УДК 338.48

#### **Погуда Н.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму, докторант,  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця

#### **Стрижак О.О.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму,  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця

#### **Pohuda Nataliia, Stryzhak Olena**

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

### ТУРИЗМ 2022 РОКУ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*У статті проведено дослідження розвитку туризму протягом 2000–2022 років у світі та Україні. Значну увагу приділено впливу війни в Україні на туристичні потоки як в країні, так і у світі. Встановлено, що у першій половині 2022 р. відбулося суттєве падіння авіаперевезень у європейських країнах внаслідок війни, де найбільш постраждалими стали країни-сусіди. Аналіз динаміки внутрішньо-європейських подорожей та авіаперевезень показав, що з середини 2022 р. відбулося збільшення кількості туристів, з певним перевищенням показників до рівня пандемії. За окремими туристичними напрямками у 2022 році відбулося якісне збільшення кількості туристичних прибуттів із позитивним прогнозом зростанням у найближчі роки. Визначено, що туризм у світі та Україні мав децю відмінні тенденції у розвитку, де спільним став вплив глобальних подій на падіння туристичних потоків. У роботі приділено увагу кількості туристичних операторів та туристичних агентств у динаміці (2000–2020 рр.) та ключовим результатам їх діяльності. На прикладі провідних туристичних операторів України розглянуто їх діяльність протягом війни та у сучасних умовах.*

**Ключові слова:** туризм, туристичне підприємство, в'їзні туристичні потоки, виїзні туристичні потоки, туристичний оператор, авіаперевезення.

**Постановка проблеми.** Скорочення обмежень серед більшості країн світу щодо в'їзду та виїзду на початку 2022 року пророкувало великі перспективи щодо відновлення туризму. Значна кількість країн розраховувала у туристичній індустрії на дію відкладеного попиту, який стримувався майже 2 роки. Однак війна в Україні, що розпочалася 24 лютого, відобразилася не лише безпосередньо на країні, але й на усьому світові. Туристи, які стали вибагливішими за час пандемії до власного відпочинку, постали перед дилемою відпочинку і безпекою. Туризм, що є досить чутливим до змін у зовнішньому середовищі [1], зазнав прямих і опосередкованих збитків від воєнних дій в Україні. Негативні наслідки найбільше відчули і країни, які знаходяться у територіальній близькості до війни. Окрім того, зміни відбулися не лише у окремих сферах, як, наприклад, в туризмі, але в цілому у економіках країн. Події такого характеру мають прихований ефект, який,

як і відкладений попит, проявляється у наступні періоди, та наслідки можуть бути непередбачуваними. ЮНВТО було оприлюднено інформацію щодо орієнтовних втрат у туризмі через війну в Україні, обсяг яких оцінюється 3% від розміру світових витрат [2]. Важливим питанням є оцінка подальших прогнозів щодо розвитку туризму у світі та в Україні, як і ключовим залишається питання щодо подальшої роботи представників туристичного бізнесу: туристичних операторів й агентств, закладів розміщення і харчування, авіаперевізників та інших зацікавлених суб'єктів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика війни та її вплив на туризм досліджувалися у працях провідних закордонних та вітчизняних дослідників. Зокрема, Каррі Д., Скаре М. та Лонкар Дж. [3] розглядають економічний вплив війни на туризм. За результатами дослідження автори схиляються до висновків, що найбільш негативні наслідки

спостерігаються у короткостроковій перспективі, а у довгостроковій – можливе зростання попиту на подорожі у відповідні країни, чого притримуються і Вівер Д. [4], Слобода Б. [5], Бойд С. та ін. [6]. Панді Д. та Кумар Р. [7] у роботі розглядають війну в Україні на прикладі акцій туристичної сфери, де вказані події обумовили їх аномальний приріст (Європа, Близький Схід). Серед вітчизняних науковців тематика впливу війни та воєнних конфліктів на туризм знайшла відображення у роботах Івченко Л. та ін. [8], Парфіненка А. [9], Михайліченко Г. та Дворської І. [10]. У той же час, серед великої кількості досліджень, присвячених як війні в Україні, так і розвитку туризму у світі, впливу воєнних конфліктів на туризм, розгляду подальших перспектив для туристичної індустрії, недостатньо є здобутків щодо оцінки перспектив саме для туристичних підприємств.

**Формулювання цілей статті.** Метою роботи є дослідження розвитку туризму в Україні та світі, враховуючи вплив війни, та оцінка перспектив розвитку для туристичних підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Згідно прогнозних даних ЮНВТО, у 2023 році очікується відновлення туристичних потоків до рівня 2019 року [11], а у найближчі 5 років – перевищення кількості відвідувачів та отримання доходу від туристичної індустрії у обсязі 1015,6 млрд дол (2027 р.). Прогнозується, що на глобальному рівні відновлення туризму буде у межах 80-95% від до пандемічного періоду, що буде відрізнятися регіонально. Найшвидше відновлення буде спостерігатися у Європі та на Близькому Сході [12]. За словами генерального секретаря Пололікашвілі З. попит буде зберігатися на внутрішні та регіональні подорожі, що було характерним і у 2022 році. За даними Європейської туристичної комісії очікується зростання

кількості туристів у 2025 р. у обсязі 627,5 млн [13]. Відповідно, динаміка внутрішньо-європейських подорожей представлена на рис. 1. Серед лідерів туристичних відвідувань найбільшим попитом у 2019 р. та 2021 р. користувалася Франція, де у 2025 р. очікується приріст 12,4%, далі згідно прогнозних даних, збільшення попиту буде характерним для Іспанії (13%), Італії (9,2%), Греції (5,3%) та Німеччини (5%).

В цілому, у 2023 році розвиток туризму розглядається за двома можливими сценаріями, де відповідно до першого очікується вихід на рівень (-5%) від 2019 р., другий становитиме (-20%).

Аналіз динаміки міжнародних прибуттів протягом 2019–2022 рр. подано на рис. 2.

Відповідно, у 2022 році спостерігалось покращення у туристичних прибуттях, де найшвидші темпи відновлення були на Близькому Сході. Щодо в'їзного туристичного потоку у світі, а також в Україні, то на рис. 3. наведено динаміку їх змін.

Аналіз здійснювався відносно попереднього періоду, де у світі варіація була значно меншою, за вирахуванням періоду пандемії, коли падіння сягнуло понад 72 % у 2020 р. Зокрема, на скорочення в'їзного туризму у світі найбільшого впливу завдали саме глобальні події, що охоплювали світ у різні періоди та з різних причин. У 2003 р. епідемія SARS, яке спричинила падіння на 2 млн туристів, 2009 р – фінансова криза з наслідками у 37 млн ос., пандемія COVID-19 – 1,1 млрд ос. [18]. У той же час, в'їзний туризм в Україні характеризувався більшими зрушеннями, на що вплинули такі різноманітні фактори, зокрема як пісенний конкурс у 2004 р., «помаранчева» революція, Євро-2012, щорічний музичний фестиваль Atlas Weekend та фінал Ліги Чемпіонів УЄФА. Однак фінансова криза та воєнний конфлікт на Сході країни призвели

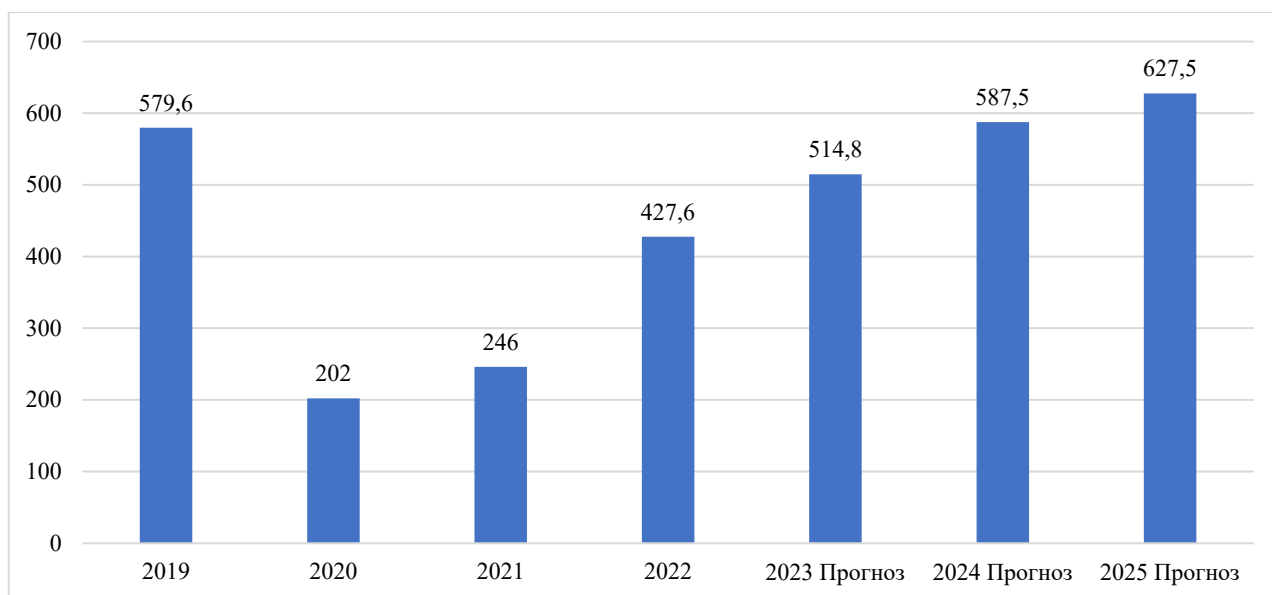


Рис. 1. Динаміка внутрішньо-європейських прибуттів, млн осіб

Джерело: [13]

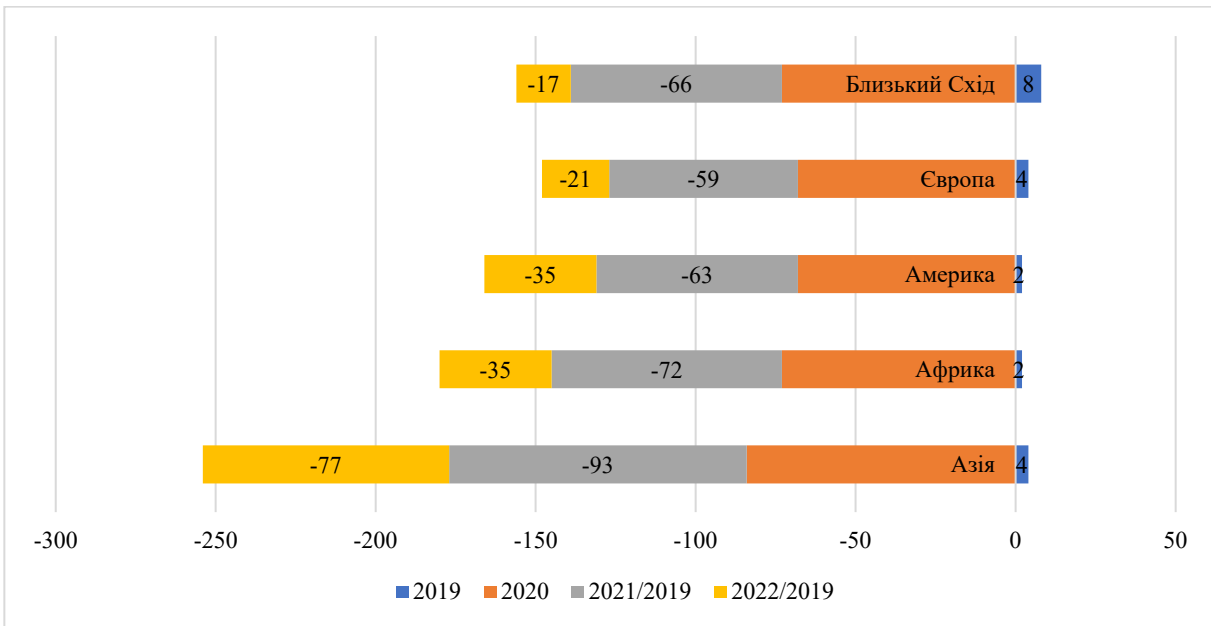


Рис. 2. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у світі, %

Джерело: [14]

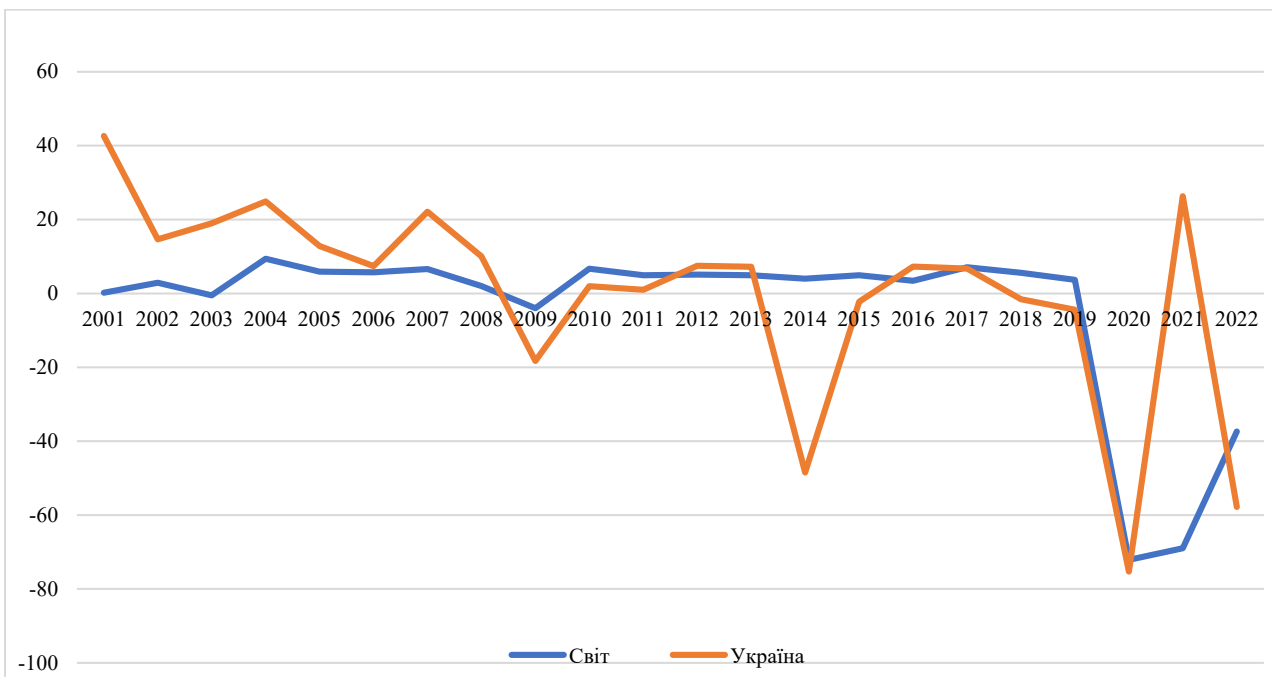


Рис. 3. Порівняння динаміки в'їзного туризму в Україні та світі, %

Джерело: [15–17]

до від'ємних показників у туристичних прибуттях, що суттєво зменшило попит на подорожі до України. Як і для світу в цілому, пандемія завдала найбільшого впливу з падінням в'їзного потоку понад 75% у 2020 р. в Україні. Подальші періоди характеризуються також скороченням туристичних прибуттів, але війна 2022 р. призвела до деструктивних змін як у в'їзному, так і виїзному потоках. Оцінку виїзного потоку за вказаний період об'єктивно, на даний момент, обчислю-

вати неможливо, оскільки люди залишали місце свого постійного проживання на понад 24 год., що було спричинено не туризмом, а війною в країні. Щодо в'їзду іноземних громадян, то з лютого 2022 року ними стали політичні діячі, преса, волонтери, кількість таких туристів сягнула позначки понад 2 млн ос.

Якщо розглядати авіаперевезення у вказаний період, то у зв'язку з війною в Україні, у 2022 р. безпосередньо в самій країні вони впали на 99,9%, для

інших країн наслідки також були негативними (рис. 4), однак вже влітку ситуація для європейського регіону покращилася.

Найбільш постраждалими країнами стали: Молдова – падіння на 69%, Словенія – 42%, Латвія – 38%, Фінляндія – 36% та Чехія – 35%. Однак з червня місяця у Європі ситуація значно покращилася, тим самим досягнувши кількості міжнародних відвідувачів обсягом 585 млн туристів, зайнявши першу позицію серед міжнародних туристичних прибуттів у світі [19].

У 2023 р. ситуація за основними європейськими напрямками покращилася відносно лютого 2022 р. Вплив війни на авіаперевезення у Європі у лютому

2022 р. та відновлення у лютому 2023 р. представлено на рис. 5.

Для прикладу у 2022 р. у порівнянні з 2019 р. з позитивним зростанням серед авіарейсів у Європі були лише Албанія (18%) та Боснія і Герцеговина (14%), найбільше падіння спостерігалось саме в Україні (-85%) [21]. Аналіз даних рис. 5 показує, що пасажиропотік у авіаіндустрії у 2023 р. відносно 2022 р. має зростаючу позитивну тенденцію серед кількості користувачів. Однак, якщо порівнювати з 2019 р., то майже за усіма європейськими напрямками існує від’ємна динаміка. У країнах (рис. 5) кількість рейсів у 2023 р. відносно 2019 р. становила: в Угорщині (-26,2%), Слова-

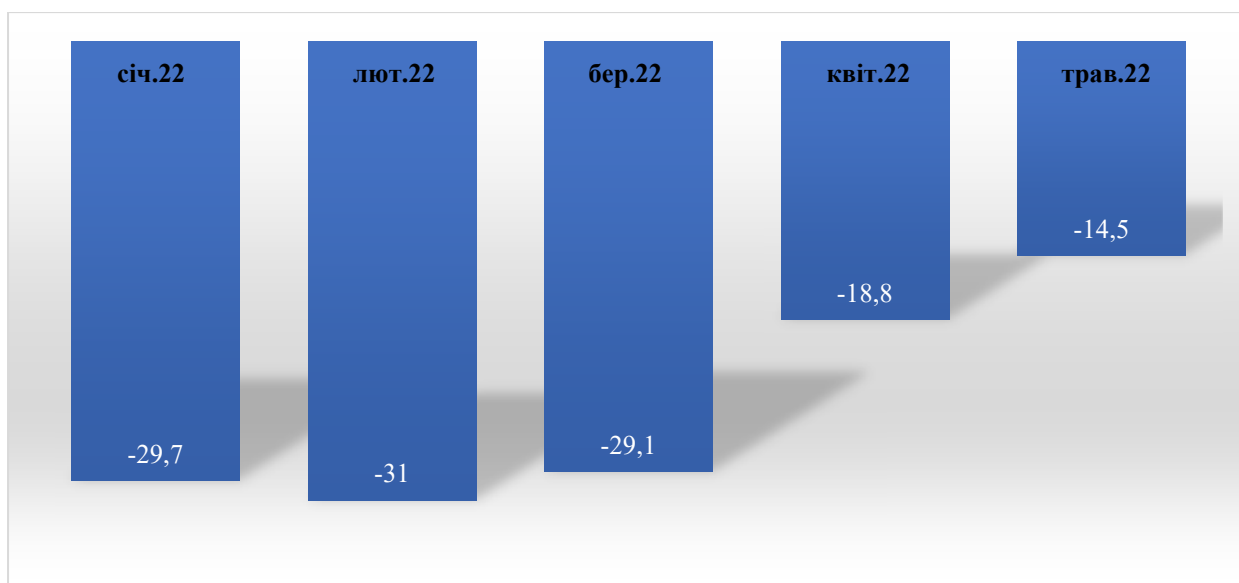


Рис. 4. Зміна попиту на європейські рейси, дані 41 країни, %

Джерело: [2]

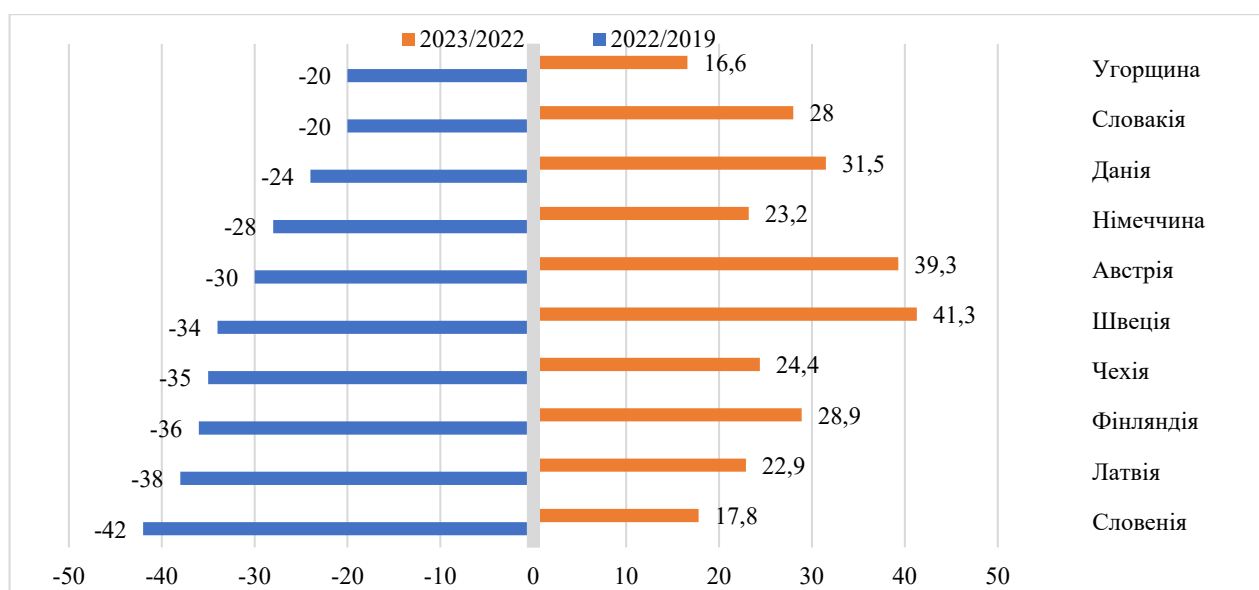


Рис. 5. Зміни у авіаперевезеннях на початку лютого 2022 р. та 2023 р., %

Джерело: [2; 20]

кії (-27,7%), Данії (-20%), Німеччині (-29,1%), Австрії (-25,6%), Швеції (-25,3%), Чехії (-32,4%), Фінляндії (-27,1%), Латвії (-36,1%) та Словенії (-19,5%). Лише у Ісландії спостерігалось перевищення рівня 2019 р. серед кількості рейсів з приростом у 14,2% та у Португалії 2,6% [20].

За даними Міжнародної організації повітряного простору (ІАТА) співвідношення між міжнародними та внутрішніми авіаперевезеннями у світі на початку 2023 р. становило 57,9% та 42,1% відповідно. Де у січні 2023 р. попит на авіаперевезення становив 84,2% від рівня 2019 р., у той же час, відносно 2022 р. у 2023 р. у світі спостерігалось зростання на 67% кількості авіаперевезень [22].

Якщо аналізувати перевезення пасажирів в Україні, то протягом 2015-2020 рр. прослідковувалось зростання частки авіаперевезень з 6,3 млн у 2015 р. до 13,7 млн у 2019 р. З початком пандемії обсяги авіаперевезень скоротилися на понад 65% у 2020 р. [23].

Динаміка туристичних потоків, яку продемонстровано на рис. 6, показує наскільки відчутними стають для туризму негативні фактори зовнішнього середовища (зокрема вплив подій 2008, 2014, 2020, 2022 рр.).

При цьому, якщо розглядати дані щодо кількості обслуговуваних туристів туристичними підприємствами України, то тенденції щодо таких користувачів були дещо іншими (рис. 7).

При оцінці попиту іноземних громадян, що скористалися послугами туристичних підприємств у вказаний період, то їх частка у загальному обсязі туристів, що відвідували Україну, найбільшою була у 2000 р. (майже 6%). Після цього обсяги скорочувалися з певним покращенням у 2003, 2007, 2010 та 2012 рр., і з 2013 р. частка таких туристів вже не піднімалася вище 1% від загальної кількості туристів, які відвідували

Україну. У той же час частка вітчизняних туристів, що віддали перевагу у своєму відпочинку послугам туристичних підприємств мала іншу тенденцію. Зокрема, 2000–2005 рр. в середньому послугами туристичних фірм скористалося 2,5% туристів від загальної кількості виїзного потоку, після чого кількість таких туристів почала зростати, хоча були періоди політичної нестабільності, світової фінансової кризи та воєнних дій на території України. Однак, варто зауважити, що усі негативні події впливали на туристичний потік із часовим лагом у 1 рік. Тобто падіння у рік, наприклад, кризи було відчутним у туризмі найбільше на наступний рік, коли наслідки від небажаних подій стають більш відчутними і мають конкретні виміри (падіння рівня життя населення, збільшення інфляції, рівня безробіття тощо). І уже з 2016 р. і до 2020 р. тенденція була зростаючою щодо послуг туристичних підприємств, досягши найбільшого рівня у майже 19% у 2020 р. Якщо ж проаналізувати і країни, куди виїжджали вітчизняні туристи у період 2016–2020 рр., то це були популярні туристичні напрями, де великою популярністю користуються саме пакетні пропозиції (наприклад, Туреччина, Єгипет).

Про частку збільшення туристів, а відповідно, і доходів можна говорити на основі аналізу фінансових результатів туристичних підприємств (наприклад, у 2016 р. було збільшення у 2,5 рази, у 2019 р. зростання склало понад 50% у діяльності туристичних операторів). Зрозуміло, що варто враховувати і збільшення самої собівартості туристичного продукту, і курс валют вплинув на складові. Якщо ж аналізувати фінансові результати туристичних агентств, то протягом 2016–2020 рр., щорічний темп зростання доходів був на рівні 15–16%, що прямо корелює зі збільшенням кількості туристів, які були скористалися послугами

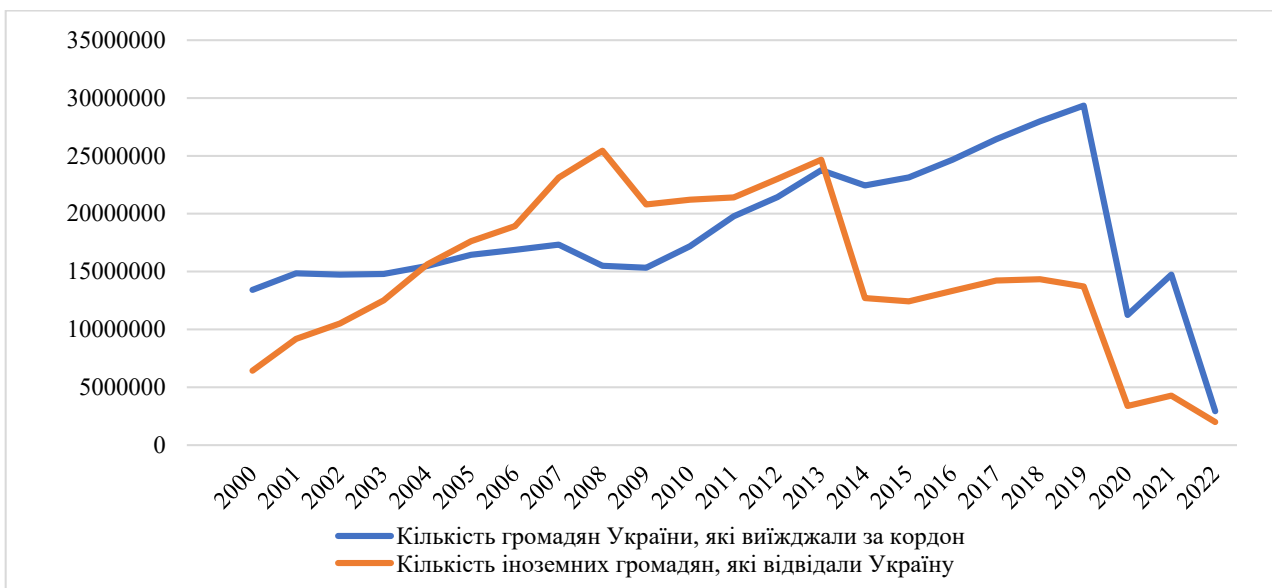


Рис. 6. Динаміка туристичних потоків в Україні 2000–2022 рр, ос.

Джерело: [16–17]



**Рис. 7. Динаміка кількості обслуговуваних туристів вітчизняними підприємствами 2000–2020 рр., %**

Джерело: [17]

гами туристичними агентствами. В цілому, динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні, зокрема туристичних операторів та туристичних агентств, була схожою із динамікою туристичних потоків в країні (рис. 8).

Протягом 2018–2021 рр. кількість підприємств, що були задіяні у туризмі мала позитивне зрушення у 13%, а суми сплаченого туристичного збору зросли на 170%. Крім того, за вказаний період суми податку на прибуток скоротилися на 50% [24]. За даними ДАРТ у 2022 р. туристичні оператори сплатили понад 167 млн грн. податків, для порівняння у 2021 р. обсяг був на 35% більшим (259 млн грн), а туристичні агентства – 204,8 млн грн податків, де у 2021 р. обсяг був більшим і становив майже 280 млн грн. Ці дані говорять як про скорочення доходів туристичних підприємств, так і про безпосередню кількість підприємств. Зокрема, кількість юридичних осіб скоротилася на 14%, а фізичних на 18% [24].

2022 рік був дуже складним з точки зору відвідувань України, де падіння внутрішнього туризму оцінюється на 50%, а виїзного – понад 80% [25]. У той же час, з середини травня почали надходити заявки від туристів як щодо подорожей всередині країни, так і за кордоном. Можна говорити, що подорожі всередині країни хоч і показують наявність попиту, однак такі туристичні регіони як Одеса чи Херсон через війну втратили свого споживача, а основний акцент був зміщений на західну частину країни. Тобто у внутрішньому туризмі відбулася трансформація, що було спричинено вимушеними переміщеннями осіб. У свою чергу, це збільшило сплату туристичного збору закладами розміщення, але – це трансформовані туристи, які залишили місце свого перебування не з метою відпочинку та відновлення, а через безпеку, створену війною.

Щодо вподобань туристів відвідати інші країни, то слід відмітити активну роботу вітчизняних туристичних операторів, які почали пропонувати велике різноманіття туристичних продуктів. Почали користуватися попитом з України автобусні тури або ж тури з пунктами вильоту із сусідніх країн: Молдова, Румунія, значний потік був характерним із Латвії, Литви, Естонії та Німеччини. Для прикладу, влітку (червень–липень) 2022 р. туристичним оператором «Джойн Ап!» було обслуговано 31,614 тис. туристів, для порівняння у 2021 р. (липень) – понад 47 тис. ос. [26]. Попри складну ситуацію туристичний оператор саме під час війни почав реалізовувати стратегію розширення ринку, відкривши офіси в Латвії, Литві та Естонії, Казахстані та Румунії. Відбулася зміна форматів послуг – автобусні тури до популярних дестинацій Туреччини, Чорногорії, Болгарії та Греції, авіатури з Молдови, Бухаресту та Польщі [27].

Мережа турагентств «Поїхали з нами», яка оцінює обвал туристичного ринку в країні на 50%, почала також активно виходити на інші ринки. Зокрема, відкрилися офіси не лише в Казахстані та Молдові (до війни їх налічувалося 60), але й в Узбекистані та Польщі [28].

Війна, безпека, заборона виїзду чоловіків за кордон, скорочення доходів туристів, втрата роботи – це ті фактори, які не могли не вплинути на туристичний ринок. Однак, туристичні підприємства продовжують працювати задля перемоги. Значна кількість туристичних підприємств змогла зберегти чисельність працівників, розширити асортимент туристичних послуг, шляхом кооперації із представниками Європи та Азії, запропонували послуги не лише вітчизняним туристам, але й закордонним. Звісно, що суттєво змінилися вподобання і самих туристів, які стали витрачати зна-

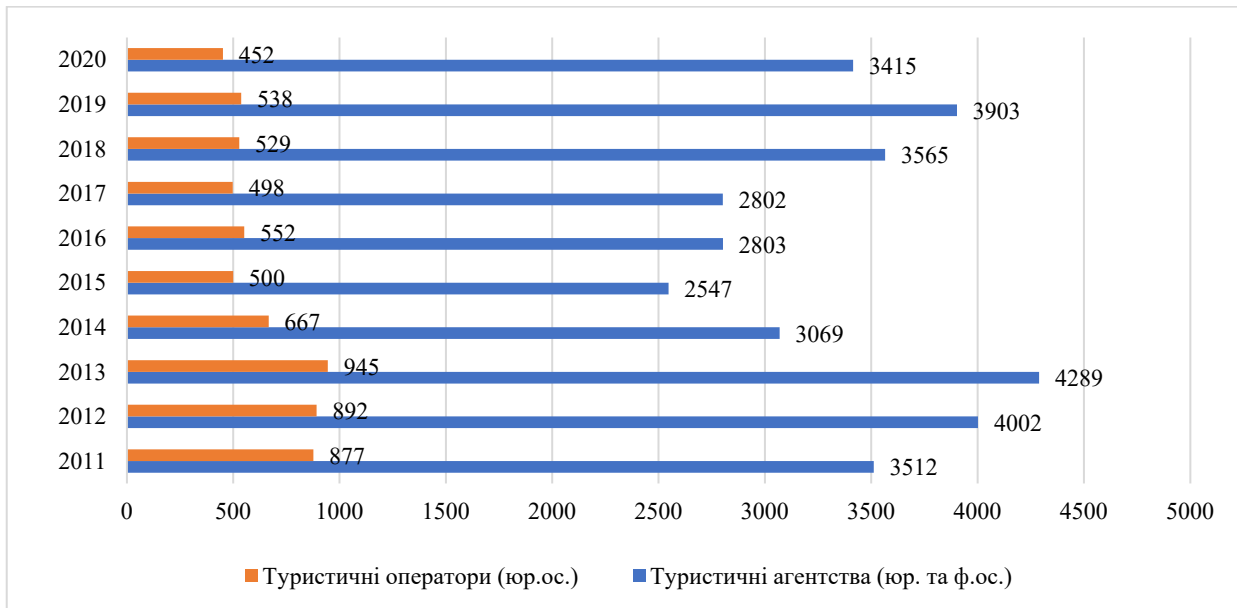


Рис. 8. Динаміка туристичних підприємств в Україні 2011–2020 рр.

Джерело: [17]

чно менше грошей під час відпочинку, зміни відбулися і у кількості туристів.

Наразі, туристичні підприємства пропонують туристам нові маршрути, які набувають популярності у 2023 р. Можна відмітити оновлення у таких туристичних операторів як Джойн Ап! (Кіпр з Кишинева, Туніс з Бухаресту, Варшави та Катовіце, Греція з Бухаресту, Кишинева, та значне різноманіття саме автобусних турів з Києва та Львова), Компас (Домінікана з Варшави та Франкфурта, з Будапешту та Варшави до Мальдів та Сейшел, автобусні тури до Болгарії й Чорногорії з України, а також внутрішні напрями), Альф (Індонезія з Варшави, Албанія з України, і Карпати), Арістея (з Варшави та Катовіце до Єгипту). Пропозиції туристичних підприємств свідчать про існування попиту, про бажання відпочивати й відновлювати моральне та психічне здоров'я. На жаль, не такими темпами, якими б мав розвиватися туризм, але враховуючи війну в країні, відбувається титанічна робота представників вітчизняного туристичного бізнесу.

Разом з цим, набувають популярності самостійні подорожі, де зростає частка бронювань за допомогою ОТА-каналів, що дозволяють обрати відповідну країну, забронювати квитки та готель, обрати заклади харчування та скласти маршрут для самостійної подорожі. Ця тенденція розпочалася ще до війни, а з початком пандемії туристи з усього світу планують подорожі з використанням сучасних дієвих інструментів та додатків. Ще однією тенденцією є скорочення часу планування самої подорожі, більшим попитом почали користуватися тури у «найближчу добу або дві». За даними [27] серед українців час замовлення

(глибина продажів) також змінився - до війни в основному час від замовлення до вильоту становив 30–35 днів, після – скоротився до 8.

**Висновки.** Війна в Україні вплинула на тенденції туризму у цілому світі. Для європейських країн такий вплив став відчутнішим, але вже у другій половині 2022 р. спостерігалось покращення, та навіть перевищення рівня відвідуваності до пандемії. Аналіз динаміки світових туристичних прибуттів дозволяє зробити висновки, що події глобального характеру стають визначальними для економік у всьому світі, де окремі галузі чи сфери економіки зазнають великих збитків та знаходяться на межі існування. Війни та конфлікти, незалежно від того, де вони виникають, завжди руйнують людські життя, інфраструктуру, зникають унікальні пам'ятки та об'єкти культурної спадщини, які вже ніколи не зможуть бути відновлені або реконструйовані. Разом з цим, такі події впливають на усіх учасників туристичного ринку, де частина вимушена припинити власну підприємницьку діяльність, частина – намагається зберегти свою присутність, змінюючи поведінку та стратегію. Для відновлення туризму необхідним є комплексний підхід, що має об'єднати зусилля представників бізнесу та органів державної влади, зацікавити туриста, як внутрішнього, так і іноземного, відвідати країну, а також створити сприятливі умови для розвитку та ведення бізнесу. Важливим фактором розвитку туризму у будь-якій країні є також залучення до ринку міжнародних туристичних операторів, світових готельних мереж та авіакомпаній, рівень присутності яких є індикатором розвитку ринку та відображає перспективи інвестицій.

Список літератури:

1. Погуда Н., Івченко Л., Примак Т. Дослідження чутливості туристичних потоків до впливу світових та локальних факторів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. 31 (70). С. 124–131. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-2-20>.
2. UNWTO. Impact of the russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism> (дата звернення: 20.03.2023).
3. Currie D., Skare M. & Loncar J. The impact of War on Tourism: the case of Croatia. *Conference on Tourism Economics*, Palma de Mallorca. 2004. P. 1–13.
4. Weaver D. B. The exploratory war-distorted destination life cycle, *International Journal of Tourism Research*. 2000. No. 2(3). P. 151–161.
5. Sloboda B. W. Assessing the effects of terrorism on tourism by use of time series methods. *Tourism Economics*. 2003. No. 9(2). P. 179–190.
6. Boyd S., Reddy M., Kulshreshtha S. & Nica M. Post-conflict tourism opportunity spectrum (POCTOS): a framework for destinations recovering from conflict. *Journal of Sustainable Tourism*. 2023. No. 31(1). P. 131–148.
7. Pandey D. & Kumar R. Russia-Ukraine War and the global tourism sector: A 13-day tale. *Current Issues in Tourism*. 2023. No. 26(5). P. 692–700.
8. Ivchenko L.O., Pohuda N.V, Prymak T.Y., Mata M., Martins J., Rita J. & Mamchur R. Inbound and outbound tourist flows: assessment of the impact of internal and external factors. *Academy of Strategic Management Journal*. 2021. No. 20 (2). 25 p.
9. Парфіненко А.Ю. «Війна і мир» українського туризму: вплив геополітичних чинників на туристичний процес в Україні. *Вісник Львівського університету*. 2019. № 47. С. 3–16.
10. Михайліченко Г.І. & Дворська І.В. Антикризові сценарії розвитку туризму в пост-пандемічний період: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» (м. Львів, 27–29 жовтня 2021 р.) Львів : ЛТЕУ, 2021. С. 38–43.
11. UNWTO. Tourism Recovery Tracker. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker> (дата звернення: 20.03.2023).
12. Bloomberg. A Short-Lived Revenge: Travelers Are Back But Will Be Spending Less. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-18/will-travel-industry-recover-in-2023-reports-show-tourist-numbers-not-spending> (дата звернення: 20.03.2023).
13. Tourism Economics. European Travel Commission Insights. URL: <https://www.tourismeconomics.com/> (дата звернення: 20.03.2023).
14. UNWTO. Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата звернення: 20.03.2023).
15. UNWTO. Global and regional tourism performance. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення: 20.03.2023).
16. Туристична статистика України. URL: <https://lookerstudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b-ddb7f5568c68/page/n1BVC> (дата звернення: 20.03.2023).
17. Державна служба статистики України. Туризм. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2023).
18. Statista. International Travel Bounced Back Strongly in 2022. URL: <https://www.statista.com/chart/21793/international-tourist-arrivals-worldwide/> (дата звернення: 20.03.2023).
19. Statista. Number of international tourist arrivals in Europe from 2006 to 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/273598/international-tourist-arrivals-in-europe/> (дата звернення: 20.03.2023).
20. Eurostat. Commercial flights by reporting country – monthly data. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/AVIA\\_TF\\_CM\\_custom\\_5366266/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=9039035d-4a9c-4dca-b657-2db680feb46f&page=time:2023-02](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/AVIA_TF_CM_custom_5366266/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=9039035d-4a9c-4dca-b657-2db680feb46f&page=time:2023-02) (дата звернення: 20.03.2023).
21. Rocou T. Cirium reveals the European countries recovering fastest from the pandemic. URL: <https://www.traveldailynews.com/statistics-trends/cirium-reveals-the-european-countries-recovering-fastest-from-the-pandemic/> (дата звернення: 20.03.2023).
22. Stefan D. Air travel recovery off to a very healthy start in 2023. URL: <https://traveltomorrow.com/air-travel-recovery-off-to-a-very-healthy-start-in-2023/> (дата звернення: 20.03.2023).
23. НТОУ. Туристичний барометр України 2020. URL: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-2020.pdf> (дата звернення: 20.03.2023).
24. ДАРТ. Facebook сторінка. URL: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=530603185923877&set=a.236178152033050/> (дата звернення: 20.03.2023).
25. Укрінформ. Український туризм після перемоги буде іншим. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3680587-ukrainskij-turizm-pisla-peremogi-bude-insim.html> (дата звернення: 20.03.2023).
26. Офіційна сторінка Джойн Ап!. Майже мільйон туристів: Join UP! фіксує суттєве зростання подорожей в 2021 році. URL: <https://joinup.ua/uk/news/majzhe-miljon-turistiv-join-up-fiksuye-suttyeve-zrostannya-podorozhej-v-2021-rotsi/> (дата звернення: 21.03.2023).
27. Дейнеко М. Міжнародний туристичний форум "Туризм в Україні: виклики та відновлення". URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ad9hsUQJxZw> (дата звернення: 21.03.2023).
28. Штука Н. У пошуках туриста. URL: <https://forbes.ua/inside/u-poshukakh-turista-ukrainskiy-turistichniy-rinok-rukhnuv-join-up-poikhali-z-nami-i-inshi-navchalis-prodavati-turi-u-susidnikh-krainakh-rezultati-ekspansii-15092022-7921> (дата звернення: 20.03.2023).



## References:

1. Pohuda N., Ivchenko L., Prymak T. (2020) Doslidzhennia chutlyvosti turystychnykh potokiv do vplyvu svitovykh ta lokalnykh faktoriv [Study of the sensitivity of tourist flows to the influence of global and local factors]. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University Series: Economy and Management*, No. 31 (70), pp. 124–131. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-2-20>.
2. UNWTO. Impact of the russian offensive in Ukraine on international tourism. Available at: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism> (accessed: 20.03.2023).
3. Currie D., Skare M. & Loncar J. (2004) The impact of War on Tourism: the case of Croatia. *Conference on Tourism Economics, Palma de Mallorca*, P. 1–13.
4. Weaver D. B. (2000) The exploratory war-distorted destination life cycle. *International Journal of Tourism Research*, No. 2(3), PP. 151–161.
5. Sloboda B. W. (2003) Assessing the effects of terrorism on tourism by use of time series methods. *Tourism Economics*, No. 9(2), PP. 179–190.
6. Boyd S., Reddy M., Kulshreshtha S. & Nica M. (2023) Post-conflict tourism opportunity spectrum (POCTOS): a framework for destinations recovering from conflict. *Journal of Sustainable Tourism*, No. 31(1), P. 131–148.
7. Pandey D. & Kumar R. (2023) Russia-Ukraine War and the global tourism sector: A 13-day tale. *Current Issues in Tourism*, No. 26(5), PP. 692–700.
8. Ivchenko L.O., Pohuda N.V, Prymak T.Y., Mata M., Martins J., Rita J. & Mamchur R. (2021) Inbound and outbound tourist flows: assessment of the impact of internal and external factors. *Academy of Strategic Management Journal*, no. 20 (2), 25 P.
9. Parfinenko A. Yu. (2019) «Viina i myr» ukrainskoho turizmu: vplyv heopolitychnykh chynnykiv na turystychnyi protses v Ukraini ["War and peace" of Ukrainian tourism: the influence of geopolitical factors on the tourism process in Ukraine]. *Bulletin of Lviv University*, no. 47, pp. 3–16
10. Mykhailichenko G.I. & Dvorska I.V. (October 27-29, 2021) Antykryzovi stsenarii rozvytku turizmu v post-pandemichnyi period [Anti-crisis scenarios for tourism development in the post-pandemic period]: materialy II Mizhnar. nauk.-prakt. konf. «Stalyi rozvytok turizmu na zasadakh partnerstva: osvita, nauka, praktyka». Lviv : LTEU. pp. 38–43.
11. UNWTO. Tourism Recovery Tracker. Available at: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker> (accessed: 20.03.2023).
12. Bloomberg. A (2023) Short-Lived Revenge: Travelers Are Back But Will Be Spending Less. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-18/will-travel-industry-recover-in-2023-reports-show-tourist-numbers-not-spending> (accessed: 20.03.2023).
13. Tourism Economics. European Travel Commission Insights. Available at: <https://www.tourismeconomics.com/> (accessed: 20.03.2023).
14. UNWTO. Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. Available at: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (accessed: 20.03.2023).
15. UNWTO. Global and regional tourism performance. Available at: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (accessed: 20.03.2023).
16. Tourist statistics of Ukraine. Available at: <https://lookerstudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b-ddb7f5568c68/page/n1BVC> (accessed: 20.03.2023)
17. The official site of the Government Portal. Tourism. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 20.03.2023)
18. Statista. International Travel Bounced Back Strongly in 2022. Available at: <https://www.statista.com/chart/21793/international-tourist-arrivals-worldwide/> (accessed: 20.03.2023).
19. Statista. Number of international tourist arrivals in Europe from 2006 to 2022. Available at: <https://www.statista.com/statistics/273598/international-tourist-arrivals-in-europe/> (accessed: 20.03.2023)
20. Eurostat. Commercial flights by reporting country – monthly data. Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/AVIA\\_TF\\_CM\\_custom\\_5366266/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=9039035d-4a9c-4dca-b657-2db680feb46f&page=time:2023-02](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/AVIA_TF_CM_custom_5366266/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=9039035d-4a9c-4dca-b657-2db680feb46f&page=time:2023-02) (accessed: 20.03.2023).
21. Rocou T. (2023) Cirium reveals the European countries recovering fastest from the pandemic. Available at: <https://www.traveldailynews.com/statistics-trends/cirium-reveals-the-european-countries-recovering-fastest-from-the-pandemic/> (accessed: 20.03.2023).
22. Stefan D. (2023) Air travel recovery off to a very healthy start in 2023. Available at: <https://traveltomorrow.com/air-travel-recovery-off-to-a-very-healthy-start-in-2023/> (accessed: 20.03.2023).
23. The official site of National Tourism Organization of Ukraine. Available at: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-2020.pdf> (accessed: 20.03.2023)
24. State Tourism Development Agency Facebook page. Available at: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=530603185923877&set=a.236178152033050> / (accessed: 20.03.2023)
25. Ukrinform. Ukrainian tourism will be different after the victory. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3680587-ukrainskij-turizm-pisla-peremogi-bude-insim.html> (accessed: 20.03.2023)
26. The official site of Join Up! Almost a million tourists: Join UP! records a significant increase in travel in 2021. Available at: <https://joinup.ua/uk/news/majzhe-miljon-turistiv-join-up-fiksuye-suttjeve-zrostannya-podorozhej-v-2021-rotsi/> (accessed: 21.03.2023)
27. Deineko M. (2023) International tourist forum "Tourism in Ukraine: challenges and recovery". Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=Ad9hsUQJxZw> (accessed: 21.03.2023)

28. Shtuka N. (2023) In search of a tourist. Available at: <https://forbes.ua/inside/u-poshukakh-turista-ukrainskiy-turistichniy-rinok-ruknuv-join-up-poikhali-z-nami-i-inshi-navchalis-prodavati-turi-u-susidnikh-krainakh-rezultati-ekspansii-15092022-7921> (accessed: 20.03.2023)

## TOURISM IN 2022: ANALYSIS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

*The article researches the development of tourism during 2000–2022 in the world and in Ukraine. Considerable attention is paid to the impact of the war in Ukraine on tourist flows both in the country and in the world. It was established that in the first half of 2022 there was a significant drop in air transport in European countries as a result of the war, where Moldova, Romania, Slovenia, Latvia, Finland and the Czech Republic were the most affected. An analysis of the dynamics of intra-European travel and air transportation showed that from mid-2022 there was an increase in the number of tourists, with a certain excess of indicators to the level of the pandemic. According to individual tourist destinations, there was a qualitative increase in the number of tourist arrivals in 2022, with positive forecast growth in the coming years, in countries such as France, Spain, Italy, Greece and Germany. It is determined that tourism in the world and in Ukraine had slightly different trends in development, where the impact of global events on the drop in tourist flows, in particular, the financial crisis and the pandemic, became common. However, the rate of development of tourism in Ukraine exceeded that of the world, where there was an increase in the share of domestic tourists who were served by tourist enterprises (after 2008). The analysis of the development of tourism in Ukraine during 2000–2022 showed that after Euro-2012 the inflow into the country began to decrease, which was significantly affected by the events of 2014. The work pays attention to the dynamics of the number of tourist operators and travel agencies (2000–2020) and key results of their activities. It is noted that in 2022 there was an increase in the payment of the tourist tax due to internal displacement due to the war. At the same time, the number of tourist enterprises has decreased. Using the example of the leading tourist operators of Ukraine, their activities during the war were considered, where it was determined that there was a change in the formats and types of tourist activities. The current trends in the development of tourist activity are considered, where the safety of tourists, the reduction of the depth of the order and the cost of the tourist ticket, as well as the change in the preferences of the tourists themselves regarding recreation with the predominance of solo tours and the use of OTA channels are considered.*

**Key words:** *tourism, tourist enterprise, inbound tourist flows, outbound tourist flows, tourist operator, air transportation.*