

УДК 338.48

**Т. Ю. Чаркіна,**

д. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту,

Український державний університет науки і технологій

ORCID ID: 0000-0001-6202-0910

**В. М. Зайцева,**

к. пед. н., професор, директор інституту Управління та права, завідувач кафедри

туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, НУ "Запорізька політехніка"

ORCID ID: 0000-0003-3590-1573

**О. В. Пікуліна,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,

Український державний університет науки і технологій

ORCID ID: 0000-0003-4803-427X

**А. О. Реукова,**

магістр, Вищий навчальний приватний заклад "Дніпровський гуманітарний університет"

ORCID ID: 0000-0002-6327-7563

DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.49

## СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТА НОВІ НАПРЯМИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Т. Charkina,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management,  
Ukrainian State University of Science and Technology

V. Zaitseva,

PhD in Pedagogical Sciences, Professor, Director of the Institute of Management and Law, Head of the Department of  
Tourism, Hotel and Restaurant Business, National University "Zaporizhzhya Polytechnic"

O. Pikulina,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Ukrainian  
State University of Science and Technology

A. Reukova,

Master's degree, Higher Educational Private Institution "Dniprovsky Humanities University"

### MODERN DEVELOPMENT TRENDS AND NEW DIRECTIONS OF THE TOURISM INDUSTRY

У статті розглянуто діяльність туристичного бізнесу, яка в умовах пандемії втратила велику кількість своїх підприємств та знаходиться у кризовому стані.

Автори наголошують, що за останній час дуже змінилися світові тренди туризму, з урахуванням постійних карантинних обмежень та періодичної зупинки транспорту, відбувається пристосування надання послуг до нових вимог: безпечності, комфортності, інформованості про послугу.

Автори констатують, що розвиток світових трендів дасть можливість туристичному бізнесу України розробити додаткові заходи та швидше адаптуватися до змін, до яких призвела пандемія та отримати дохід від розширення асортименту послуг, зробити їх більш інклюзивними, з урахуванням особистих потреб клієнтів.

Автори пропонують впроваджувати ці тренди та напрями для виводу з кризового стану туристичної діяльності, а особливо напрям Workations — поєднання роботи, навчання та відпочинку, що надзвичайно важливо в сучасних умовах кризи та матеріальної й психологічної нестабільності населення.

The authors consider the tourism business, which in the pandemic, lost a large number of its enterprises and is in crisis, the damage caused by the coronavirus is irreparable, international tourism was suspended, the industry and the state lost large amounts of profit.

The authors consider the areas of tourism, found that not all areas that were previously very profitable for the industry and the state, as international tourism, now do not tend to develop and generate income. The authors emphasize that the world tourism trends have changed a lot recently, taking into account the constant quarantine restrictions and periodic traffic stops, the provision of services is being adjusted to new requirements: safety, comfort, awareness of the service.

New directions of tourism business have appeared, which are offered by the tourism industry for consumers of services, and the forms of service provision are changing. There is a transformation in the field of tourism, taking into account digital technologies, this is very important, especially in a rapidly changing pandemic and the uncertainty of many environmental factors and their impact on the economy and industry.

It is established that the new trends in the tourism industry, which are most in demand today — business tourism, solo tourism, mini-trips, wellness tourism, online tours. Domestic tourism is especially important in Ukraine, because not everyone has the opportunity to go abroad, it has great potential, now there is an abnormally large number of tourists in Ukrainian resorts.

The authors state that the development of global trends will allow Ukraine's tourism business to develop additional measures and adapt more quickly to the changes brought about by the pandemic and benefit from expanding the range of services, make them more inclusive, taking into account personal needs.

The author proposes to implement these trends and directions to overcome the crisis of tourism, especially Workations — a combination of work, study and leisure, which is extremely important in today's crisis and material and psychological instability.

*Ключові слова: туристична індустрія, світові тренди, інноваційні напрями розвитку, стратегії розвитку, онлайн-тури.*

*Key words: tourism industry, world trends, innovative directions of development, development strategies, online tours.*

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ**

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

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Питанням туристичного бізнесу в умовах пандемії займалися такі науковці: В.Ю. Світлична, М.В. Тонкошкур, С.В. Кравцова, О.Р. Роїк, М.В. Лущик, І.С. Гурська, І.О. Федуняк, І.В. Стемківська, І.С. Калмикова, В.Ю. Світлична.

Аналіз наукових публікацій показує що автори підходять до неї по різному, наприклад автори в своїй роботі [9, с. 216] визначають, що зараз криза, пов'язана з пандемією, змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. Щоб туризм відновився після кризи, його слід реанімувати впровадженням різного роду новацій. Але державна підтримка повинна бути на першому місці, також поліпшення сервісу, зокрема у сфері гостинності, посилення інформаційної кампанії та цифровізація туристичного бізнесу.

Автори О.Р. Роїк, М.В. Лущик у своїй праці констатують, що міжнародний туризм завжди був джерелом прибутку, але в умовах пандемії коли було припинено міжнародне сполучення, економіка та галузь втратили величезні суми прибутку та зараз вживаються заходи з метою усунення наслідків COVID-19 для туризму і прискорення відновного процесу, зараз криза надає сектору можливість трансформуватися і стати більш життєздатним, інклюзивним та

стабільним. Така трансформація має на увазі, що необхідно ставити вище благополуччя людей, налагоджувати міцні партнерські зв'язки з урядами, приватним сектором, громадянами та міжнародною спільнотою та створювати системи вимірювання для оцінки впливу цього сектора на економіку, суспільство і навколишнє середовище та для удосконалення менеджменту стратегічної і практичної діяльності [10].

Автори І.С. Гурська, І.О. Федуняк, І.В. Стемковська, дослідивши фактори, що впливають на розвиток ринку туристичних послуг, пропонують для ефективного функціонування усунути деякі проблеми, які гальмують її розвиток. Ступінь подолання кризових явищ у туристичній галузі залежить від можливостей національної економіки, а також від стратегічних цілей туристичної політики держави, органів місцевого самоврядування та туристичних організацій. Але таку ситуацію на ринку туристичних послуг слід розглядати, як можливість виведення туристичної галузі на якісно новий рівень за рахунок додаткових антикризових заходів з боку уряду [11, с. 66].

Калмикова І.С. у своєму дослідженні у сфері сільського зеленого туризму, запропонувала нове поняття "рекреаційна локація сільського зеленого туризму". Проведена класифікація рекреаційних локацій сільського туризму за трьома ознаками і виділено п'ять типів локацій, що допоможе в подальшій систематизації цих важливих складників рекреаційного потенціалу Одеської області. Автор наполягає, що одним із пріоритетних шляхів перезапуску економіки України, особливо у післякартинний період, є розвиток внутрішнього туризму, а саме сільського зеленого туризму [12, с. 140].

Світлична В.Ю. у своїй публікації, метою якої виступає дослідження питань стабілізації функціонування підприємств туристичної сфери в умовах карантинних обмежень, вважає за необхідне зазначити, що сьогодні не викликає сумнівів необхідність активізації процесів та заходів щодо подолання згубного впливу пандемії на туристичну сферу вітчизняної економіки. Автор наголошує, що загальнодержавна реалізація всіх антикризових важелів, системність та послідовність у реалізації всіх заходів сприятиме якнайшвидшій їх стабілізації розвитку суб'єктів туризму та досягнення ними рівня економічної ефективності діяльності, автор вважає, що цифрова трансформація є одним з напрямів стабілізації туристичного бізнесу [13, с. 28—29].

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Нині туристичний бізнес існує в умовах пандемії та постійних карантинних заходів, для швидкої адаптації до сучасних умов та для виходу з кризового стану туристичного бізнесу, запровадити нові напрямки туристичної діяльності та використання існуючих світових трендів для стабілізації ситуації та отримання додаткового прибутку.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Останнім часом у людей дуже зросли нервове напруження та постійний стрес, чим більше карантинних заходів запроваджується в суспільстві, в умовах пандемії, тим більша кількість людей бажає будь-якими доступними засобами відпочити від цих обмежень та депресії, яку визивають всі ці обмеження: у спілкуванні, виходах у світ, закриття кінотеатрів, кафе, магазинів та збереження дистанції для безпечного існування.

Тим більше стає затребуваним відпочинок, хоч і в умовах пандемії, тому що окрім трудового відпочинку людям зараз потрібен моральний відпочинок від того, що відбувається останнім часом у світі. Всі ці кризи: економічна, політична, соціальна, організаційна, психологічна та криза корона вірусу, довели багато людей до критичного психологічного стану. Тому туристичний бізнес повинен розвивати нові сучасні напрямки, з різноманітним додатковим спектром послуг, але в умовах безпеки та зі збереженням дистанції.

Зараз почалася нова хвиля карантину, у деяких містах запроваджено локдаун повний, або частковий. Заклади ресторанного бізнесу закриваються у великій кількості. А ті, що залишаються, працюють тільки на виніс та на доставку. За минулий рік в Україні зникло біля чотирьох тисяч ресторанів та кафе. Оренду цим закладам практично не відмінюють, а держава не діє у цьому напрямі бізнесу.

Тому з'являються нові напрямки і форми готельно-ресторанного бізнесу та туристичної діяльності.

Зараз, після довготривалих карантинних заходів та в зв'язку з тим, що пандемія не закінчилась, а лише змінила свої форми, повністю змінилися світові тренди у сфері туризму. Наразі визначальним напрямом є bleisure (business + leisure) — це поєднання бізнес-поїздок та відпочинку.

Ця схема працює так: bleisure є продовження бізнес-подорожі на декілька днів з метою відпочинку. Коли у 2020 році, велика кількість

працівників перейшла на дистанційну форми навчання та роботи, ця тенденція дещо видозмінилася в тренд "суміщення відпочинку з роботою", що отримав назву WFHotel (working from hotel — робота з готелю), людина працює віддалено, та в цей момент вона може бути поблизу місця відпочинку [1]. У дуже зайнятої людини з'явилась можливість суміщення роботи та цікавого міста відпочинку та оздоровлення. Останні дослідження показали, що на сьогодні вже біля третини клієнтів у світі замовляють послугу business + leisure, ще декілька років тому цю послугу замовляв лише кожен десятий. Але в нас не настільки багато часу, чому б не скористатись можливістю побачити цікаві місця, відвідати виставку, приділити увагу собі, поспілкуватись у неформальній атмосфері, перебуваючи у певній локації з бізнес-метою?

А ще, коли неповна родина і мати працює за двох, є потреба: приділити увагу дітям або літнім батькам, змінити навколишнє середовище та графік життя, налагодити нові контакти, але при цьому є можливість дистанційно виконувати свою роботу.

MICE-ринок дуже цікавий сегмент для туристичних компаній, але він мало досліджений професійно в Україні. Це цікавий сегмент ринку тому, що навіть при кризовому стані, користувачі послуг на такий вид подорожей більше використовують гроші, ніж на інші види туристичних послуг. Також бізнес-туризм для економіки приймаючої країни та для інфраструктури вважається більш прибутковим. Наприклад, за деякими даними, 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування ділових туристів [2].

У сучасній структурі міжнародного ділового туризму переважають класичні ділові поїздки та корпоративні зустрічі (70% всіх ділових поїздок).

Частка поїздок на конгреси та конференції становить понад 15%, на виставки та ярмарки — понад 11%. Приблизно 3—4% поїздок приходить на інсентив-тури [3].

Але ділові туристи вимагають від подорожі різні послуги та комфорт. Це зручність номерів та поїздки, співвідношення ціни, сервісу, якості та додаткових послуг, наявність швидкісного Інтернету, системи знижок, безкоштовні сніданки, наявність комфортних конференц-залів, повна інформованість про послуги та безпечність перебування на відпочинку.

У 2019 році глобальні витрати на бізнес-туризм досягли 1 283 млрд доларів США [3].

Ще одним напрямком, що дуже поширилося останнім часом, а особливо на це вплину-

ла пандемія, є розвиток, так званого, соло-туризму, тобто подорожей наодинці [1]. Є багато причин для соло-подорожі: подивитися на людей і на світ навколо, спробувати щось нове, знайти нових друзів, залікувати душевні рани, розвіятися, насолодитися миром та тишею.

Цей тренд активно підхопили і зробили популярним, завдяки соціальним мережам. Під цей напрям почав змінюватися туристичний сегмент бізнесу. Британські круїзні лінії Saga Cruises, наприклад, нещодавно вирішили додати 109 одиночних кают у лайнер Spirit of Discovery, який зійшов на воду тільки в кінці 2019 року [4].

Окрім цього соло-туризм став дуже затребуваний у часи карантинних заходів, також збільшуються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, набуває особливого значення у якому регіоні провести відпочинок, яка там екологія, здорова їжа, безпека перебування. Важливість наявності різних номерів для проживання: економ, стандарт, люкс для перебування під час соло-подорожі. Можливість індивідуального замовлення послуги для кожного клієнта.

У карантинних умовах дуже змінився і час перебування в подорожі, він скорочується, дуже популярними стали міні-поїздки (наприклад — тури вихідного дня).

Міні-поїздки напрямом, який визначає сучасні тенденції розвитку туристичної галузі, є орієнтація туристів на отримання унікальних вражень та досвіду під час поїздки. Це гарний вид відпочинку, який за короткий час дозволяє вдихнути нових емоцій, відірватись від виробничого процесу та отримати заряд свіжості та бадьорості, а особливо якщо повна відпустка ще далеко.

Особливо актуальний такий короткий відпочинок в умовах постійної зайнятості жителів мегаполісу [5]. Зараз за 2—3 дні вікенду, можливо побувати у найвіддаленіших куточках планети, злітати на море, побувати у горах, побачити друзів або родичів з іншої країни, насолодитися зміною обстановки для стабілізації психологічного стану при сучасному розвитку ринку авіаперевезень, автомобільного та залізничного транспорту.

Наступним трендом туристичного сегменту є велнес-туризм. Це туризм здорового життя, він орієнтований на відновлення свого фізичного та психологічного стану.

Велнес-туризм визначається професіоналами галузі як подорож, яку робить людина з метою поліпшити або підтримати своє здоров'я. І

для того, щоб цілі та бажання гостей стали реальністю, все більше і більше готелів починають приділяти пильну увагу розвитку цього напрямку [6].

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

Проведений GWI фінансово-економічний аналіз показує, що основну частину велнес-туризму (67%) складають поїздки в межах країни проживання мандрівників. Йдеться, головним чином, про маршрути малої протяжності або про туризм вихідного дня [6].

Здоровий спосіб життя — це стиль життя та філософія успішних, благополучних людей. Це і правильне харчування, фізичне навантаження, психологічна гармонія та профілактика захворювань. Все це призвело до розквіту дієтології, нутріціології, фітнес-клубів та, звичайно, спа-салонів.

Велнес-туризм, надає широкий комплекс оздоровчих послуг та відпочинок у комфортних умовах. Крім спа-процедур важливу роль при виборі готелю набувають особливої атмосфери, гарного дизайну та якості сервісу, різні методики оздоровлення [7].

Велика кількість туристів, що ведуть зоровий спосіб життя, вважають за краще поєднувати оздоровчі процедури зі звичайною діловою активністю: відвідуваннями визначних пам'яток і ресторанів, шопінгом і бізнес-переговорами, конференціями та релакс процедурами.

На такі поїздки з "додатковим велнесом", за даними GWI витрачається близько \$500 млрд на рік, що більш ніж у 5 разів більше від витрат на відпочинок, пов'язаний тільки з оздоровленням (\$81 млрд) [6].

Враховуючи постійні карантинні заходи, обмеження, зупинки транспорту та зміни у їх роботі, значно збільшився внутрішній туризм.

Усі карантинні заходи та обмеження у вільному пересуванні, плануванні поїздок та відпусток на протязі 2020 року, змусили усіх перейти до спілкування онлайн. Це ще один крок до цифровізації.

Цифровізація тур індустрії — нова можливість отримати незабутні враження. Але

люди швидко втомлюються від частих онлайн-конференцій, уроків, занять спортом та іншим. Все потрібно в міру. Але з'явилися нові напрями й в туризмі, які поєднали віртуальні враження та реальні відчуття. Поява онлайн-турів, практично з ефектом присутності до різних міст, різних країн світу, ми маємо змогу, не виходячи з дому побувати й на дні океану, помилуватися розкішними пляжами, водоспадами, піднятися у гори, та зацікавити споживачів послуг неймовірними враженнями. Можливо, що після закінчення пандемії ця потреба у враженнях залишиться не меншою. До того ж Україна почала 2021 рік із офіційного запуску сайту Ukraine.ua, який став повноцінним ресурсом як для туристів, так і для бізнес-інвесторів.

Для людей, через виникнення пандемії, та частих обмежень у вільному пересуванні, ще одним з трендів став внутрішній туризм, його розвиток став дуже бурхливим (рис. 1).

Особливо в останні роки всі напрями, які стосуються здорового способу життя, мають гарну тенденцію для розвитку внутрішнього туризму.

Україна має природні ресурси (кліматотерапія морським чи гірським повітрям, повітряні ванни, бальнеологія, мінеральні води, грязелікування, галотерапія (солями), апітерапія (використання бджолиних продуктів), фітотерапія), а так само великою кількістю міст є на Західній Україні, в Києві, Харкові, Львові, Одесі, Дніпрі, на базі яких можна організувати ці види туризму [1].

Ще один тренд туристичної індустрії — Workations — поєднання роботи, навчання та відпочинку, 53% туристів віддають перевагу поїздкам, які вони можуть дозволити собі у короткостроковій перспективі. Останнім часом, змінюються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, більшість людей вимагають якості харчування та окрім цього повної безпеки відпочинку. Ця складна ситуація не лише змінює надання туристичних послуг, але й надає нові можливості для винаходу чогось нового, ще більш вдалого та привабливого, що забезпечить довгострокові стратегічні цілі [8].

Це дуже привабливий напрям туристичного бізнесу, тому що змінюються потреби споживачів, якщо раніше до пандемії все можливо було заздалегідь планувати: куди їхати, на який час відпустка або відпочинок, у яке місто, якою кількістю людей, який бюджет поїздки, то зараз, в умовах постійних карантинних обмежень, грошових обмежень, через втрату багатьма робочих міст та додаткового заробітку, но-

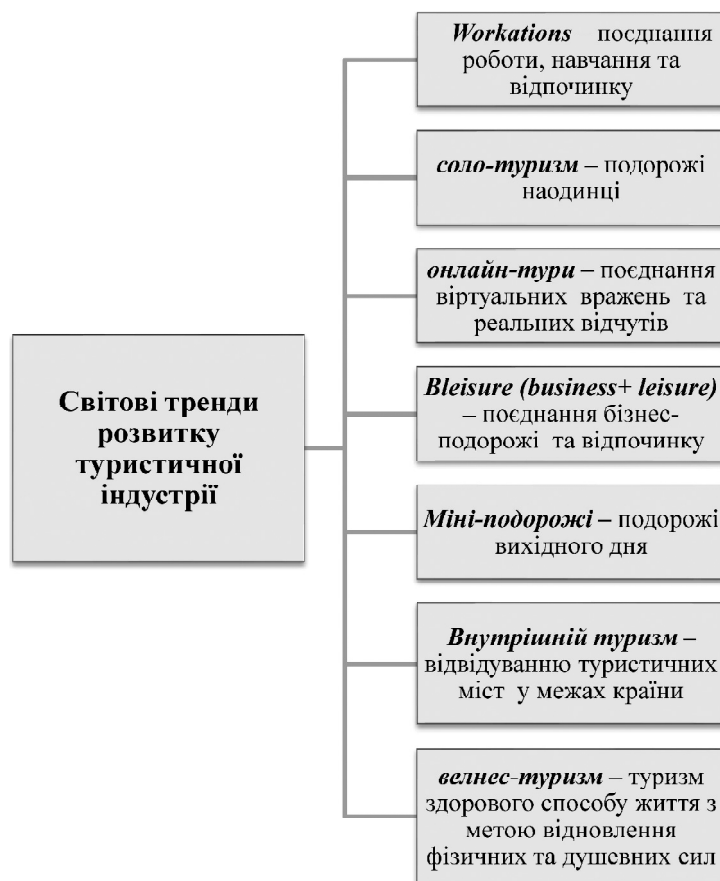


Рис. 1. Світові тренди розвитку туристичної індустрії

Джерело: розробка Чаркіна Т.Ю.

вих хвиль пандемії, стало не реально заздалегідь запланувати відпочинок. Ми маємо можливість тільки короткострокових планів. А тому цей тренд буде набувати поширення, можливість навчання та відпустки, або роботи та відпочинку — це суміщення цілком реальна можливість для багатьох на цей час.

Останнім часом, у період пандемії коронавірусу та закритими кордонами багатьох країн, міжнародний туризм для українців став набагато складним та обмеженим. Всі країни світу закрили свої кордони для тих, хто не має вакцинації, окрім цього транспортні обмеження несуть свої корективи. Тому виникає можливість направити туристичний потенціал у внутрішній туризм.

Це дає чудовий шанс більше дізнатися про наш край та підтримати ініціативу Президента України — проєкт Мандруй країною.

Серед лідерів за напрямками подорожей — море і гори. Про це говорять і великі, і дрібні оператори. Влітку найпопулярнішим був пляжний відпочинок: Коблево, Затока, Одеса, Бердянськ, Кароліна Бугаз. Високий попит на відпочинок у Карпатах. Варіанти подорожей обумовлені логістикою. Популярними стають

ті місця, де є хороша дорога [14].

За статистикою у 2020 році зріс потік туристів всередині країни у більш дорогому сегменті. Основним пріоритетом розміщення стали так звані віп-об'єкти, це пов'язано із закриттям кордонів та вимушеним відпочинком в Україні тих, хто їздив відпочивати тільки за кордон, та отримати кращий відпочинок.

Тренд 2020 року — віп-відпочинок. Середній чек становить 2 тис. грн за добу і вище за двомісний номер. Номери класу-люкс були заброньовані в першу чергу. Для порівняння: у 2019 році були популярні готелі із середнім чеком 900 грн за добу. Окрім цього кількість "бюджетних" туристів значно зменшилася [14], це було пов'язано з тим, що велика кількість людей втратила частину свого заробітку, інші взагалі втратили роботу або додаткову роботу, частина людей перейшла на роботу онлайн та втратила частину свого доходу.

У курортних містах, наприклад, в Одесі, де у липні — серпні був хвилеподібний приплив туристів, відбулося підвищення цін у пляжних готелях, особливо високих цінових категорій, там попит, незважаючи на високі ціни, перевищував пропозицію [14].

Доки будуть продовжуватися нові хвилі пандемії та існувати карантинні заходи, внутрішній туризм буде розвиватися та нарощувати свої обсяги, а це додатковий прибуток для України. Тому потрібно організувати нові тури, відкривати нові місця, інвестувати гроші в пам'ятки архітектури та історії, пропонувати гостям з України та далекого зарубіжжя унікальні, непередбачувані враження від туристичних подорожей.

### ВИСНОВКИ

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

#### Література:

1. Чаркіна Т.Ю. Теоретико-методологічні основи формування системи антикризового управління пасажирським комплексом залізничного транспорту: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Харків. 2021 р. 565 с.
2. Бізнес-тури: індивідуальний підхід проти неякісного мас маркету. URL: <https://hubs.ua/business/biznes-turi-individual-nij-pidhid-proti-neyakisnogo-mas-marketu-146038.html>
3. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Ремігайло І.Ю. Шляхи розвитку ділового туризму в період пандемії. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2020/50\\_2020\\_ukr/37.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/37.pdf)
4. Solo-туризм: чем полезны путешествия в одиночку. URL: <https://chance4traveller.com/solo-turizm-chem-poleznyi-puteshestviya-v-odinochku/>
5. Тури вихідного дня: переваги й недоліки турів вихідного дня. URL: <https://tourkazka.com/perevahy-y-nedoliky-turiv-vykhidnoho-dnya/>
6. Тренды велнес-туризма. Как зарабатывать на здоровом образе жизни. От обязательных услуг к дополнительному сервису. Вызов для России. URL: <https://hotelier.pro/sales/item/2401-wellness/>
7. Wellness-туризм — новое направление для отпуска. URL: <http://spamanagement.su/practice/resear4/605-wellness-tourism-a-new-destination-for-vacations>
8. Туризм майбутнього: виклики чи можливості. URL: <https://mind.ua/publications/20229524-turizm-majbutnogo-vikliki-chi-mozhливosti>
9. Світлична В.Ю., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Електронний фаховий науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку". Вип. 49. 2020. С. 213—217.
10. Роїк О., Лущик М. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків. Економіка та суспільство. (22). 2020. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9>
11. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. № 5—6. С. 63—67.
12. Калмикова І.С. Класифікація рекреаційних локацій сільського зеленого туризму одеської області. Електронний фаховий науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку", Вип. 52. 2021. С. 136—140. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2021/52\\_2021/26.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2021/52_2021/26.pdf)
13. Світлична В.Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень. Комунальне господарство міст. 2020. Т. 5. Вип. 158. С. 24—31.
14. Внутренний туризм в Украине должен бы расти: как изменилась отрасль и куда исчез "бюджетный" путешественник. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/23/665405/>
15. Гребенюк Г.М., Чаркіна Т.Ю., Марценюк Л.В., Пікуліна О.В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. Агросвіт. 2021. № 5—6. С. 57—62.
16. Чаркіна Т.Ю., Марценюк Л.В., Задоя В.О., Пікуліна О.В. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. Економіка та держава. 2021. № 2. С. 19—23.

#### References:

1. Charkina, T.Yu. (2021), "Theoretical and methodological bases of formation of the system of anti-crisis management of the passenger complex of railway transport", Ph.D. Thesis, Economy, Kharkiv, Ukraine.
2. Dvors'ka, I. (2019), "Business tours: an individual approach against low-quality masses of the market", available at: <https://hubs.ua/business/biznes-turi-individual-nij-pidhid-proti-neyakisnogo-mas-marketu-146038.html> (Accessed 15 Jan 2022).

3. Shykina, O.V. Honcharenko, Ya.Ye. and Remihajlo, I.Yu. (2020), "Ways to develop business tourism during the pandemic", available at: [http://market-infr.od.ua/journals/2020/50\\_2020\\_ukr/37.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/37.pdf) (Accessed 15 Jan 2022).

4. Kholotyj, M. (2019), "Solo tourism: what are the benefits of traveling alone", available at: <https://chance4traveller.com/solo-turizm-chem-poleznyi-puteshestviya-v-odinochku/> (Accessed 15 Jan 2022).

5. Tourkazka (2020), "Weekend tours: advantages and disadvantages of weekend tours", available at: <https://tourkazka.com/perevahy-y-nedoliky-turiv-vykhidnoho-dnya/> (Accessed 15 Jan 2022).

6. Hotelier.PRO (2017), "Wellness tourism trends. How to make money on a healthy lifestyle. From mandatory services to additional services. Challenge for Russia", available at: <https://hotelier.pro/sales/item/2401-wellness/> (Accessed 15 Jan 2022).

7. SPA&management (2020), "Wellness tourism is a new holiday destination", available at: <http://spamanagement.su/practice/resear4/605-wellness-tourism-a-new-destination-for-vacations> (Accessed 15 Jan 2022).

8. mind.ua (2021), "Tourism of the future: challenges or opportunities", available at: <https://mind.ua/publications/20229524-turizm-majbutnogo-vikliki-chi-mozhливosti> (Accessed 15 Jan 2022).

9. Cvitlychna, V.Yu. Tonkoshkur, M.V. and Kravtsova, S.V. (2020), "Tourism during the pandemic: status and prospects", *Infrastruktura rynku*, vol. 49, pp. 213—217.

10. Roik, O. and Luschyk, M. (2020), "Development of the tourist sphere of Ukraine in conditions of increased epidemic risks", *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9>

11. Hurska, I. Feduniak, I. and Stenkovska, I. (2021), "Formation and prospects of the development of the market of tourist services in Ukraine during and after the pandemic", *Agrosvit*, vol. 5—6, pp. 63—67.

12. Kalmykova, I.S. (2021), "Classification of recreational locations of rural green tourism in odesa region", *Infrastruktura rynku*, vol. 52, pp. 136-140, available at: [http://market-infr.od.ua/journals/2021/52\\_2021/26.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2021/52_2021/26.pdf) (Accessed 15 Jan 2022).

13. Svitlychna, V.Yu. (2020), "Tourism: finding ways to overcome the crisis in the context of global quarantine restrictions", *Komunal'ne hospodarstvo mist*, vol. 5, no. 158, pp. 24—31.

14. Rykhlytskyj, V. (2020), "Domestic tourism in Ukraine should grow: how the industry has

changed and where the "budget" traveler disappeared", available at: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/23/665405/> (Accessed 15 Jan 2022).

15. Hrebeniuk, H. Charkina, T. Martseniuk, L. and Pikulina, O. (2021), "An innovative approach to the development of tourism and hotel and restaurant business in Ukraine in a crisis", *Agrosvit*, vol. 5—6, pp. 57—62.

16. Charkina, T. Martseniuk, L. Zadoia, V. and Pikulina, O. (2021), "Strategic directions of hotel and restaurant business management in the conditions of crisis", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 2, pp. 19—23.

*Стаття надійшла до редакції 25.01.2022 р.*

**ІНВЕСТИЦІЇ.  
ПРАКТИКА  
ТА ДОСВІД**

[www.investplan.com.ua](http://www.investplan.com.ua)

Передплатний індекс: 23892

Виходить 24 рази на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

**ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

(Наказ Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292