

УДК: 333.488.3.13:392.72

**Софія Королюк**

студентка IV курсу спеціальності «Туризм»

*Науковий керівник:***Михайло Логвин**

канд. геогр. наук, доцент

доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

## ОСОБЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В НОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СЕЗОНІ

Останнім часом, у туристичній індустрії сформувалося кілька трендів, які, мали б залишатися актуальними і в 2022 році. Перший світовий тренд з'явився тоді, коли більшість держав закрили кордони для іноземців, і, як наслідок, зріс відсоток внутрішніх подорожей. Ця тенденція, мабуть, залишиться і в довгостроковій перспективі.

За інформацією ДАРТ [3], частка витрат на внутрішній туризм зростає практично в усіх країнах. Зокрема, європейці витрачали на внутрішні мандрівки на 30,2% більше, ніж у 2020 році, тоді як на міжнародні подорожі витрати збільшилися лише на 19,3%. Те саме стосується і країн Південної та Північної Америки, де витрати на внутрішній туризм зросли на 43,7% та 37,9% відповідно. Виняток становлять жителі Близького Сходу, які активніше подорожували світом, – їх витрати на подорожі всередині країни (38,6%) та за її межами (37,9%) майже ідентичні.

Через обмеження, пов'язані з пандемією, мандрівники змушені шукати нові варіанти туристичних поїздок. Як наслідок, зросла тривалість подорожей. Якщо у 2019 році на внутрішні поїздки планували 4 доби, а міжнародні – близько 9 днів, то у 2021 році понад 52% мандрівників віддали перевагу тривалішим подорожам: майже кожен четвертий з опитаних продовжує свій тур до 10 діб [3].

Крім того, у світовій туристичній практиці з'явився новий термін – філантуризм як природна еволюція волонтерського туризму. Мандрівники обирають місце для наступного відпочинку з метою підтримання місцевих громад та задля допомоги локальним потребам регіону.

Згідно з опитуванням, проведеним Європейською туристичною комісією, більшість європейців у 2022 році віддасть перевагу короткостроковим подорожам до менш людних і навіть незнайомих місць, природних об'єктів, національних парків, сільських поселень, заповідних територій. Про збільшення інтересу до таких об'єктів свідчить зростання бронювання квитків до національних парків протягом 2019–2021 років (майже на 37% у 2019-му та на 233,5% у 2021 році, якщо порівняти з 2020-м роком).

Найшвидше до змін, пов'язаних із пандемією, адаптувалася молодь, яка демонструє готовність подорожувати попри обмеження та бронює обрані місця для відпочинку в основному онлайн. Соціальні медіа та цифровий маркетинг стали невіддільним інструментом сучасної реклами і, найпевніше, залишаться такими на довгострокову перспективу.

До десяти найпопулярніших атракцій для відвідування серед молоді у 2021 році, за даними ДАРТ, увійшли парки розваг, зоопарки, музеї, акваріуми, ботанічні сади, гори, визначні пам'ятки, історичні місця, озера та храми.

Однак, після початку війни в Україні деякі туристичні країни зіткнуться з проблемою «дефіциту» туристів у 2022 році. Подорожувати перестануть не тільки росіяни і українці, а й багато відпочивальників з інших країн. Як наслідок, індустрія подорожей і дозвілля втратить десятки мільярдів доларів.

Але багато держав, орієнтовані на туризм, не збираються обмежувати приїзди гостей з обох воюючих країн. В той же час, наслідки вторгнення в Україну і санкцій проти РФ відчують чимало «морських» напрямків у світі.

За 2020 рік, доходи від російських туристів у всьому світі склали 14 млрд доларів (12,9 млрд євро), що становить 3% доходів від туризму. До пандемії російські туристи приносили вдвічі більше – 36 млрд доларів. Українські мандрівники залишали 8,5 млрд доларів [1].

Туристичні напрямки постраждають по-різному. Окремі регіони, такі як південне узбережжя Туреччини, Таїланд або Балі, втратять

велику кількість туристів, в той час як європейські міста, як Санкт-Моріц, Зельден або Відень, скоріше за все, взагалі залишаться без туристів «вищого класу» [2].

Виходом може стати диверсифікація турпотоків. Наприклад, Кіпр завдяки поліпшенню співпраці з Францією, Німеччиною, Польщею, Угорщиною й іншими європейськими країнами у 2022 році буде в кращому становищі, ніж у попередньому, незважаючи на високі ціни на енергоносії.

Турецька індустрія туризму в паніці і без урядової допомоги не виживе: через відсутність українських та російських туристів справи песимістичні. Дві з трьох країн, які відправляють найбільше туристів до Туреччини, на даний момент технічно недоступні. Туристичний сезон 2022 переживає величезну кризу, а мільйони людей, які працюють у туризмі та пов'язаних із ним секторах, стикаються з небезпекою безробіття.

В Туреччині так і не змогли диверсифікувати туристичні ринки. 27% туристів, які приїжджають до Туреччини, і 55% туристів, які приїжджають до Анталії, приїжджають із України та Росії. До початку подій в Україні турецький уряд прогнозував, що доходи від туризму цього року можуть дорівнювати або перевищувати рекордні \$35 млрд, зроблені у зразковому 2019 році. Але тепер готельєри в паніці просять допомоги.

Таким чином, для турецького туристичного сектора, частку якого припадає 5% ВВП країни, туристичний сезон здається втраченим. Крім того, турецька економіка страждає від рекордної інфляції понад 50% на рік. Для турфірм, що працюють переважно з двома країнами, війна – синонім зіпсованого туристичного сезону.

Такий стан справ можна було б змінити за рахунок залучення нових цільових груп і мандрівників з інших країн, але це вимагає часу і значних фінансових коштів.

*Ключові слова:* туристичний ринок, туристичний сезон, криза, туристичні потоки.

### Список використаних джерел

1. РБК-Україна. Travel. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://travel.rbc.ua/>.

2. Summer season without Russian tourists [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.dw.com/en/summer-season-without-russian-tourists/a-61462538>.
3. У ДАРТ назвали туристичні тренди 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3394215-u-dart-nazvali-turisticni-trendi-2022-roku.html>