

## ТУРИЗМ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

### TOURISM DURING A PANDEMIC: THE STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

УДК 333.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct49-36>

**Світлична В.Ю.**

к.е.н., доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

**Тонкошкур М.В.**

к.е.н., старший викладач кафедри туризму і готельного господарства Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

**Кравцова С.В.**

старший викладач кафедри туризму і готельного господарства Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

**Svitlichna Viktoriya**

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**Tonkoshkur Maksym**

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**Kravtsova Sofiya**

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Пандемія коронавірусу на початку 2020 р. справила великий вплив на стан і подальший розвиток практично всіх сфер світового господарства, у тому числі й туризму. Однак будь-яку кризу слід розглядати як час для виникнення і застосування нових нестандартних рішень, які згодом призведуть до економічного зростання і відкриють нові можливості та етапи розвитку. У числі цих можливостей – прискорення процесів діджиталізації туристських сервісів, використання штучного інтелекту, більш активне впровадження сучасних технологій та посилення важливості ролі державної підтримки розвитку галузі. Після пандемії повинно бути переглянуте світоглядняття і психологія споживання у цілому, та, як наслідок, почнеться новий етап конкуренції в туризмі, який призведе до абсолютно нового розподілу ресурсів на цьому ринку. У нинішніх умовах першочерговим постало завдання знайти гідні виходи з кризи, які залежатимуть від ефективного взаємодії між державою та бізнесом.

**Ключові слова:** туризм, пандемія, інформаційні технології, криза, карантин.

*Пандемія коронавірусу в началі 2020 г. оказала большое влияние на состояние и*

*дальнейшее развитие практически всех сфер мирового хозяйства, в том числе и туризма. Однако любой кризис следует рассматривать как время для возникновения и применения новых нестандартных решений, которые впоследствии приведут к экономическому росту, откроют новые возможности и этапы развития. В числе этих возможностей – ускорение процессов диджитализации туристских сервисов, использование искусственного интеллекта, более активное внедрение современных технологий, усиление важности роли государственной поддержки развития отрасли. После завершения пандемии должны быть пересмотрены мировосприятие и психология потребления в целом, и, как следствие, начнется новый этап конкуренции в туризме, который приведет к абсолютно новому распределению ресурсов на этом рынке. В нынешних условиях первоочередной встала задача найти достойные выходы из кризиса, которые будут зависеть от эффективного взаимодействия между государством и бизнесом.*

**Ключевые слова:** туризм, пандемия, информационные технологии, кризис, карантин.

*The coronavirus pandemic in early 2020 had a major impact on the state and further development of virtually all areas of the world economy, including tourism. Such a severe crisis in the tourism business has not been observed since World War II. However, any crisis does not only lead to negative consequences. The article examines the new opportunities and challenges of this serious test for the entire tourism market. These opportunities and challenges include accelerating the digitization of tourism services, more active introduction of modern technologies (eg, big data, artificial intelligence, mixed and augmented reality, etc.), the use of ideas of the economy of impressions, updating the individual approach to the client, and also the ecological aspect of the tourist product, the expansion of the geography of tourist routes, etc. In addition, the importance of such a factor as travel safety (including the sanitary and epidemiological situation of the place of stay) is expected to increase. Tourists will prefer private tours in small groups at inland resorts. The article also considers specific measures of state support provided to tourism businesses in our country in the spring of 2020, the effectiveness of which will largely depend on their decent way out of the situation. It is obvious that after the pandemic, the worldview and psychology of consumption in general will change greatly, in addition, a new stage of competition in tourism will begin, which will lead to a completely new distribution of resources in this market. With all the negative consequences of the current crisis, it is important to note the following important point: the modern tourism industry has long been on the eve of major changes. The situation resulting from the pandemic is likely to only accelerate the impending transformation. By the time the borders between the countries open and the pandemic ends, there is a huge demand in the tourism industry. This stage should be used for a rapid breakthrough in the development of domestic tourism. It may take much longer to restore inbound tourism. In this regard, it makes sense for players in the tourism market to focus their efforts in the segment of domestic travel, studying and promoting potentially promising areas and developing new proposals.*

**Key words:** tourism, pandemic, information technologies, crisis, quarantine.

**Постановка проблеми.** Сьогодні сектор туризму є одним із найбільш постраждалих у світі від спалаху COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію. Це провокуватиме подальший регрес в умовах слабкої світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірної ефективності серед основних виїзних ринків подорожей. Світова криза в секторі туризму не минула й Україну, проте поки держава навіть не має можливості підрахувати збиток, нанесений коронавірусом і карантинном. Після формування та подання річної фінансової та статистичної звітності за 2020 р. можливо буде зробити фактичну кількісну оцінку збитків. Дане явище впливає на ефективність антикризових заходів у сфері туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню сучасного стану та особливостей розвитку туристичної галузі України присвятили свої роботи вітчизняні та зарубіжні теоретики, зокрема: А.М. Виноградська, Ю.І. Палеха, А.А. Терещенко, В.І. Дяченко, В. Кузнєцов, Л.Г. Мельник, В.В. Герасименко, Т.І. Ткаченко, Н.О. Нечаюк, Л.І. Воротіна та ін. Але зміни тенденцій світової економіки, які зумовлені пандемією, породжують потребу у проведеному якісно нових досліджень у туристичній галузі. Зважаючи на проведений аналіз інформації, викладеної в літературних джерелах та мережі Інтернет, серед аналітиків сфери туризму слід відзначити А. Романову, яка вважає, що «зараз настав час зрозуміти, що туристична індустрія генерує

10,4% світового валового продукту та забезпечує роботою кожного десятого мешканця планети [8]. Але в Україні власна туристична індустрія трохи ослабла, виїзний туризм (імпорт послуг) значно превалює» і зазначає, що «найперша галузь економіки, що постраждала від глобальної пандемії COVID-19, – це туристична».

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз ситуації на ринку та дослідження можливих змін у туристичній сфері після завершення пандемії, яка викликана коронавірусом. Виходячи з мети дослідження, його завдання полягає у розгляді можливих практичних пропозицій щодо виходу з кризи та зменшення рівня негативного впливу наслідків пандемії на економіку туристичної галузі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ із часів Другої світової війни. З'явившись в Азії наприкінці минулого року, вірус поширився на кожен континент, окрім Антарктиди. Варто зауважити, що людство не в перший раз стикається з пандемією, при цьому раніше арсенал засобів для боротьби з вірусами був набагато менше. Але існує принципова відмінність поточної пандемії – це одночасне виникнення так званої «неінфекційної пандемії» («пандемії страху»), пов'язаної зі стрімким розвитком інформаційних технологій і миттєвим поширенням інформації в сучасному світі. Ситуація, що склалася, зробила істотний вплив на всі сфери світового господарства, але найсильніше була порушена сфера культури, розваг і туризму. В останньому звіті, оприлюдненому WTTC, зазначається, що світовий туристичний сектор цього року може зменшитися на чверть [4]. Туристична галузь може втрати ти до 820 млрд дол. на скасованих відрядженнях, конференціях та виставках. Через пандемію коронавірусу, обмеження на пересування та карантин під загрозою перебуває 75 млн робочих місць у всьому світі. Від самого початку пандемії 100% усіх міжнародних дестинацій увели обмеження на в'їзд. Оpubліковані сценарії прогнозують зниження кількості міжнародних туристичних прибутків від 58% до 78% за рік, що залежить від швидкості поширення вірусу, тривалості діючих обмежень на пересування та закриття кордонів, однак із точністю визначити перспективи подальшого розвитку подій украї важко.

Розглянемо сучасне становище туристичного сектору в Україні. Дана криза матиме серйозні наслідки в глобальній економіці, при цьому, згідно зі звітом МВФ, прогнозоване падіння ВВП із квітня 2020 р. в Україні сягне позначки 7,7%. Існують доволі різні оцінки щодо подальшого відновлення глобальної економіки – від V-подібного сценарію, що передбачає відновлення економіки рівня 2019 р. вже у 2021 р., до більш тривалого відновлення та навіть довгострокової рецесії [2].

Уже зараз українська туристична індустрія втратила приблизно 1,5 млрд дол. [8]. Щодо в'їзного туризму, то тут слід зазначити, що до карантинний рівень в'їзного потоку не був надто високим, адже було величезне падіння турпотоку після 2014 р. Але слід зазначити, що через пандемію COVID-19 українці були дуже обмежені у виборі літнього відпочинку. Так, за даними туроператорів та українського МЗС, нині приймають українських туристів лише кілька країн, та й ті відкрили свої кордони з липня. Передусім це Туреччина, Єгипет, Туніс, Албанія та Хорватія та ще деякі держави, які не вважаються найбільш популярними напрямками літнього відпочинку. Унаслідок цього спостерігається підвищення внутрішнього туризму, але він не може покрити втрати від падіння зовнішнього потоку. Чіткої статистики щодо розрахунку внутрішнього турпотоку від українських готелів немає. По-перше, частина місць розміщення не працює офіційно та не платить туристичного збору, за яким можна поррахувати, скільки мандрівників та по скільки днів відпочивали на курорті; по-друге, свої подорожі на Чорне та Азовське моря українці найчастіше організовують самостійно, не звертаючись ані до туристичних фірм, ані до офіційних готелів, тож точно поррахувати їх кількість навряд чи можливо [9].

У нинішніх умовах першочерговим постало завдання знайти гідні виходи з кризи, які залежатимуть від ефективної взаємодії між державою та бізнесом, особливо важливо проведення заходів державної підтримки.

Спільнота гостинності та експерти Всеукраїнської федерації роботодавців запропонували свою допомогу державі у вигляді та за умови виконання таких антикризових заходів [8]:

1. Спрямувати кошти з державного бюджету, виділені на розвиток туризму, у сумі 240 млн грн, перенаправивши 60% на антикризові заходи та підтримку галузі і 40% – на виконання стратегічних і тактичних завдань туризму у 2020 р. (але внаслідок внесення змін до Закону України про Держбюджет-2020 всі кошти, передбачені на розвиток туризму, в цілому було спрямовано на програми боротьби з наслідками пандемії).

2. Надати статус медичного закладу засобам розміщення та забезпечити підприємства за рахунок держави у достатній кількості тестами, засобами індивідуального противірусного і бактеріцидного захисту.

3. Провести за рахунок держави масові кваліфікаційні навчання персоналу в галузі туризму із санітарних вимог та протидії епідемії.

4. Надати ставку 7% ПДВ усім закладам, які надають медичні послуги.

5. Запровадити 0% ПДВ на оплату послуг пенсіонерам, які користуються готелями, що надають медичні послуги.

6. Звільнити підприємства від сплати ПДВ під час увезення обладнання для боротьби з коронавірусом та комплектуючих для нових і модернізації існуючих об'єктів інфраструктури. Надати право на прискорену амортизацію вартості такого обладнання до складу витрат із податку на прибуток.

7. Забезпечити податкову пільгу (компенсація ПДФО) для всіх, хто подорожує Україною, та користувачів санаторно-курортних послуг.

8. Тимчасово ввести податкові канікули (ЄСВ і ЄП) для компаній, які утримують співробітників та вчасно виплачують заробітну плату.

9. Запровадити 0% ЄСВ для ФОП.

10. НБУ підтримати тимчасову зупинку виплат за кредитними договорами, за якими суб'єкти туристичної діяльності є боржниками; зменшити відсоток базової облікової ставки та вартість іпотеки.

10. Приватним банкам реструктурувати виплати зобов'язань, забезпечити пільгове кредитування розвитку туризму.

11. Торговельно-промислової палаті України офіційно визнати на державному рівні та документально підтвердити факт наявності форс-мажорних обставин в Україні.

12. Державному агентству розвитку туризму України розробити за участю експертів та затвердити на загальнонаціональному рівні перелік рекомендацій та інструкцій із санітарних заходів та застосування антивірусних засобів для галузі туризму. Розробити технологічні карти поведінки туристів і працівників у кризових ситуаціях.

За всіх негативних наслідків нинішньої кризи важливо відзначити такий важливий момент: сучасна індустрія туризму давно знаходиться напередодні великих змін. Ситуація, що склалася в результаті пандемії, скоріше за все, тільки прискорить трансформацію. Зі свого боку, бізнес повинен шукати ефективні креативні способи залучення нових клієнтів.

Так, наприклад, актуальними стануть тренди більш активного впровадження технологій віртуальної і доповненої реальності, а також економіки вражень. Змінюватимуться інструменти задоволення потреб туристів. При цьому важливо розуміти, що самі потреби у них залишаться колишніми (потреби в пересуванні, спілкуванні, нових емоціях і знаннях).

Можливо, відносно швидко після пандемії туристський ринок відновиться, оскільки людям будуть потрібні позитивні емоції. Способи дистанційної комунікації онлайн стануть звичайною справою, тобто ймовірно, що може змінитися підхід до життя у цілому. Сегмент цифрових проєктів у туризмі активізується, що допоможе формуванню відкладеного попиту і спрацює тоді, коли будуть зняті всі обмеження з туристських поїздок. В останні роки дійсно зростає значимість використання електронних інформаційних систем і

платформ на ринку туристичних послуг. У туризмі тенденція діджиталізації передбачає поступову переорієнтацію всіх учасників ринку на сферу онлайн із відповідною переорієнтацією фінансових потоків і створенням передумов для підвищення прибутковості індустрії туризму. У зв'язку із цим нині перспективним напрямом уявляється розроблення і просування цифрових продуктів як для традиційних, так і для нових туристських напрямків. Необхідно розробляти та втілювати дистанційні навчальні програми для представників туристичного бізнесу в Україні, зокрема: впровадження та розвиток багатомовних інформаційних сервісів допомоги туристам; розроблення і реалізація електронної туристської карти гостя й аналогічного мобільного застосування в містах; надання прозорої електронної системи оцінки якості пропонуваного туристських послуг; забезпечення можливості ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, експозиціями музеїв, туристськими маршрутами в онлайн-режимі; створення і розвиток сервісів доповненої реальності для навігації по містах і об'єктах показу; розвиток системи відкритих даних у сфері туризму; впровадження і розвиток технологій великих даних і штучного інтелекту для збору й аналізу цих даних; розвиток сервісів онлайн-побудови туристичного маршруту з можливістю покупки квитків і бронювання готелів; створення електронного майданчика для залучення самозайнятих осіб у туристську діяльність; розроблення мультимедійних додатків для об'єктів показу, сервісів аудіо- та відеогід з можливістю інтеграції з GPS-навігацією, використанням QR-кодів для формування запитів

У європейських державах почали проводити онлайн-трансляції та екскурсії. Усе почалося з прямих трансляцій із природних парків, таких як: іспанський парк Доньяна в Андалусії, а також можливо було поспостерігати за фауною на сайті Товариства орнітологів Іспанії; італійські вулкани Етна та Везувій, а також озеро Комо; німецьке озеро Вальхензе в Баварії; угорське озеро Балатон; гора Олімп у Греції; хорватський національний парк Рісњак та ін. Пізніше відкрили свої «двері» для глядачів музеї та виставкові зали світу: Метрополітен-музей (Нью-Йорк); Нью-Йоркський музей сучасного мистецтва; Музей Вінсента Ван Гога (Амстердам); The Victoria and Albert Museum (Лондон); Музей Акрополя (Афіни); Національний музей Кореї (Сеул); Лувр (Париж). Також для «онлайн-туристів» були доступні онлайн-тур Білим домом та концерти Берлінської філармонії. Водночас місцеві заклади харчування почали працювати в режимі «не більше n-кількості людей в закладі» або в режимі to go.

Щодо України, то ситуація з туризмом була трохи інакшою. Більшість населення країни більш зацікавлена у нестачі роботи та бюджету, ніж у від-

починку в цілому. Також усі онлайн-платформи, які згадувалися вище, не були широко розповсюджені серед жителів країни. Незважаючи на те що деякі культурно-масові підприємства й намагалися заохочувати населення різними новаціями (наприклад, онлайн-вистави Львівського театру Леся Курбаса), проте все одно вони залишалися не досить популярними та не користувалися великим попитом. Щодо представників малого бізнесу, то хоча якимось попитом користуються тільки заклади харчування, які весь той час працювали тільки в режимі to go, але навіть це не компенсувало витрати.

Для з'ясування тенденцій у галузі туризму в період пандемії у соціальних мережах проведено опитування, яке складалося з трьох питань: «За час карантину Ви подорожували за кордоном або на території своєї країни?», «Якщо на території своєї країни, назвіть причину» та «Якщо Ви залишалися у своєму населеному пункті, назвіть причину». Лише 22% опитаних туристів подорожували за кордон. Серед цих туристів переважали напрямки в такі країни, як Туреччина, Єгипет, Чорногорія та Албанія.

Найбільш популярними причинами подорожі своєю країною були: закритий кордон з вибраними країнами (44,7%), недостатньо коштів для поїздки (28,5%), боязнь COVIDу (8,9%) та інші причини, серед яких – «усі причини разом» (17,8%). При цьому ті, хто зазначав про закритий кордон, писали саме про країни Європейського Союзу. Якщо говорити про напрямки, куди саме подорожували туристи нашої країни, то лідирували відповіді: Одеса, Кирилівка, Бердянськ та курорти Херсонської області.

Серед тих, хто не покидав свій населений пункт, можна відзначити такі основні причини: 38,4% – через недостачу коштів; 30,7% – через боязнь COVIDу, 30,7% – інші причини, серед яких є відповіді «усі причини разом».

Щодо стану в'їзного туризму на початку липня був запущений портал VISIT Ukraine, який є ресурсом для міжнародних відвідувачів, які подорожують в Україну. Портал містить інформацію, надану Державною прикордонною службою, Міністерством інфраструктури, Міністерством охорони здоров'я і Міністерством внутрішніх справ, про рекомендації щодо в'їзду в країну й оновлену інформацію про правила та обмеження, пов'язані з коронавірусом. Але портал не був широко розповсюджений серед іноземних туристів, які все ж таки надавали свій пріоритетний вибір іншим країнам для відпочинку.

Виходячи з вищенаведеного, слід визначити, що розглянуті заходи будуть адекватними існуючій ситуації та сприятимуть розвитку туристичної галузі України. Для ефективного втілення даних заходів необхідно модернізувати туристичну інфраструктуру та поліпшити засоби зв'язку, запровадити стійке покриття 4G та 5G Інтернет та цифровізувати

туристичні послуги. Також необхідно зазначити, що за низької купівельної спроможності населення зросте попит на бюджетні тури всередині країни. У зв'язку з вищенаведеним суб'єктам підприємництва туристичного ринку має сенс сконцентрувати свої зусилля саме в сегменті внутрішніх подорожей, вивчаючи і просуваючи потенційно перспективні напрямки і розробляючи нові пропозиції.

**Висновки з проведеного дослідження.** Сьогодні криза, пов'язана з пандемією COVID-19, змусила туристичний бізнес вийти із зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. Для того щоб туризм відновився після кризи, його слід реанімувати впровадженням різного роду новацій. Зробити це можна багатьма шляхами. Але основними мають стати державна підтримка туризму та підприємницьких ініціатив у даній сфері, поліпшення сервісу, зокрема у сфері гостинності, посилення інформаційної кампанії та цифровізація туристичних та відпочинкових закладів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коронавірус завдасть світовому туризму \$2,1 трлн збитків – дослідження. *Бізнес* : вебсайт. URL: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya> (дата звернення: 01.11.2020).
2. «Safe Travels»: Global Protocols & Stamp for the New Normal. *WTTC* : вебсайт. URL: <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> (дата звернення: 01.11.2020).
3. Коронавірус загрожує 50 мільйонам робочих місць у світі. *Hromadske Int* : вебсайт. URL: <https://hromadske.ua/posts/koronavirus-zagrozhuje-50-miljonam-robocnih-misc-u-sviti-doslidzhennya> (дата звернення: 02.11.2020).
4. Коронавірус: скільки втрачає туризм. *BBC* : вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (дата звернення: 5.11.2020).
5. COVID-19 Travel Industry Research. U.S. Travel Association, U.S. Travel Association. URL: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research> (дата звернення: 25.10.2020).
6. The Impact of COVID-19 on the United States Travel Economy. Analysis. April 15, 2020. URL: [https://www.ustravel.org/sites/default/files/media\\_root/document/Coronavirus2020\\_Impacts\\_April15.pdf](https://www.ustravel.org/sites/default/files/media_root/document/Coronavirus2020_Impacts_April15.pdf) (дата звернення: 25.10.2020).
7. COVID-19: Resources for Airlines & Air Transport Professionals. *IATA*. URL: <https://www.iata.org/en/programs/covid-19-resources-guidelines/> (дата звернення: 25.10.2020).
8. Романова А. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvati-industriyu-ostanni-novini-50075544.html> (дата звернення: 25.10.2020).
9. Солонін Є. Внутрішній туризм в Україні на підйомі. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turizm-v-ukraini-covid19/30726545.html> (дата звернення: 25.10.2020).

**REFERENCES:**

1. Koronavirus zavdastj svitovomu turyzmu \$2,1 trln zbytkiv – doslidzhennja. *Zhurnal «Biznes»* (2020) An official website. URL: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya> (accessed 1 November 2020).
2. «Safe Travels»: Global Protocols & Stamp for the New Normal. *WTTC* (2020) An official website. URL: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> (accessed 1 November 2020).
3. Koronavirus zaghrozhuje 50 milionam robochykh miscj u sviti. *Hromadske Int* (2020). URL: <https://hromadske.ua/posts/koronavirus-zagrozhuje-50-miljonam-robochih-misc-u-sviti-doslidzhennya> (accessed 1 November 2020).
4. Koronavirus: skiljky vtrachaje turyzm. *BBC* (2020) An official website. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (accessed 5 November 2020).
5. COVID-19 Travel Industry Research. U.S. Travel Association, U.S. Travel Association (2020). URL: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research> (accessed 6 November 2020).
6. The Impact of COVID-19 on the United States Travel Economy. Analysis (2020). URL: [https://www.ustravel.org/sites/default/files/media\\_root/document/Coronavirus2020\\_Impacts\\_April15.pdf](https://www.ustravel.org/sites/default/files/media_root/document/Coronavirus2020_Impacts_April15.pdf) (accessed 6 November 2020).
7. COVID-19: Resources for Airlines & Air Transport Professionals. *IATA* (2020) An official website. URL: <https://www.iata.org/en/programs/covid-19-resources-guidelines/> (accessed 6 November 2020).
8. Romanova A. P'jatj porad, jak rjatuvaty ukrajinskij turyzm pid chas pandemiji (2020) An official website URL: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yak-pandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyly-yiyi/> (accessed 6 November 2020).
9. Je. Solonin Vnutrishnij turyzm v Ukraini na pidjomi (2020) An official website. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishnij-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html> (accessed 6 November 2020).