

ПРОДІУС
Юлія Іванівна
j.i.prodius@mzeid.in

ЛІБЕНКО
Юлія Сергіївна
lib.ua6996@gmail.com

БЄЛОБРОВ
Олександр Дмитрович
oleksandr.bielobrov@mzeid.in

к.е.н., доцент, Державний
університет "Одеська політехніка"

магістрант, Державний університет
"Одеська політехніка"

магістрант, Державний університет
"Одеська політехніка"

УДК 379.85

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА КРАЇНАХ ЄС

TRENDS IN TOURISM DEVELOPMENT IN THE WORLD AND EU COUNTRIES

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.6\(3\).7](https://doi.org/10.37634/efp.2021.6(3).7)

PRODIUS Yuliia – PhD in Economics, Associate Professor, State University "Odesa Polytechnic"

LIBENKO Yulia – student, State University "Odesa Polytechnic"

BIELOBROV Oleksandr – student, State University "Odesa Polytechnic"

Статтю присвячено аналізу світових тенденцій розвитку туризму за умов пандемії COVID-19. Зміни клімату, зниження рівня питної води, велика концентрація парникових газів, сміттєві плями змушують бізнес задумуватись про використання нових моделей із метою зниження впливу на навколишнє середовище. У майбутньому зміниться не тільки формат подорожей, а й наше ставлення до них. Тож, у статті розглядаються тенденції розвитку туризму у світі, а також застосування моделей циркулярної економіки в цій галузі.

* * *

The paper is devoted to the analysis of world trends in tourism development in the context of the COVID-19 pandemic. Climate change, declining drinking water levels, and high concentrations of greenhouse gases are forcing people and businesses to think about using new methods to reduce their impact on the environment. The circular economy must become a lifeline and change the behavior of the world's population. The COVID-19 pandemic has almost completely stopped all life on earth. At one point, air traffic stopped, sea and river cruises, entire cities and countries were closed for quarantine. The pandemic made all residents think and rethink everyday life, attitude to travel and nature. Tourism even now remains one of the sectors most affected by the coronavirus pandemic, and the outlook remains rather uncertain. Life will not be the same as it used to be. The pandemic has significantly affected every sector of the tourism industry: airlines, transport, cruise lines, hotels, restaurants, attractions (such as national parks, protected areas and cultural heritage sites), travel agencies, tour operators. Small and medium-sized enterprises, which make up a large informal tourism sector, make up about 80 per cent of the tourism sector, and many of them may not survive the crisis without significant support. In the future, not only the format of travel will change, but also our attitude to them: vacation planning will have to be approached more consciously and take into account many factors. Tourism was one of the first sectors to be deeply impacted by the pandemic, as measures introduced to contain the virus led to a near-complete cessation of tourism activities around the world. The sector also risks being among one of the last to recover, with the ongoing travel restrictions and the global recession. This has consequences beyond the tourism economy, with the many other sectors that support, and are supported by, tourism also significantly impacted. Therefore, the paper considers the trends of tourism development in the world, as well as the application of the principles of the circular economy in this area. Various macro-environmental factors force the tourism industry and tourists to change their preferences and tastes. Global and European trends include safety and hygiene when traveling, the growth of contactless payments, the spread of local tourism, healthy and organic food, the use of virtual reality, robots, chatbots and process automation. In addition, ecological, rural and transformational tourism is gaining popularity among tourist destinations.

Ключові слова: туризм, тенденції, країни ЄС, циркулярна економіка, екотуризм

Keywords: tourism, trends, EU countries, circular economy, ecotourism

ВСТУП

Будь-яка компанія, яка прагне працювати на ринку туристичних послуг має орієнтуватись на споживача, а також приймати до уваги тенденції на міжнародних та світових ринках під час розробки стратегій діяльності компанії. Глобальні екологічні проблеми призвели до необхідності впровадження принципів циркулярної економіки в діяльність організацій, – і туризм не є виключенням. Економіка не стоїть на місці: щодня відбуваються різного роду події, які змінюють уявлення споживачів, а відповідно і їхні потреби та впо-добання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій надав змогу зрозуміти актуальність піднятої нами теми. Адже

постійний розвиток суспільства, економіки та держав загалом, виникнення нових загроз (пандемія COVID-19, зародження та розгортання нових політичних конфліктів світового масштабу тощо), природні катаклізми, змушують публікації за попередні роки, та ба більше місяці, ставати неактуальними. У сучасному світі усе частіше стає нагальною потреба у застосуванні нового ставлення до ресурсів, які ми маємо (вичерпні корисні копалини тощо) та до відходів, які утворюються в результаті ведення господарської діяльності. Оскільки, 13 млн тонн відходів щорічно продукуються в Україні, з них лише 3–8 % переробляється [14, 15]. Крім того, очікується зростання сміття у світі на 70 % вже до 2050 р. [16]. Альтернативним шляхом є імплементація

принципів циркулярної економіки в туристичну галузь. Основою для дослідження тенденцій туризму стали дослідження вітчизняних та закордонних вчених, а також дані Державної служби статистики України, матеріали звітів Міністерства екології та природних ресурсів України, Світового Банку та Всесвітньої туристичної організації [6-9]. Серед них необхідно виокремити таких вчених, як: М.І. Габа [2], О.Ю. Дмитрук [3], О.Г. Мельник [4], М. Honey [1] та ін. [21].

МЕТА роботи – дослідити світові та європейські тенденції в галузі туризму, а також визначити перспективні напрями розвитку туризму.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Статистика міжнародного прибуття туристів у всьому світі за період 2019 - 2020 рр.* [5, 8]

Частини світу	2019	2020
Європа	746 млн	221 млн
Африка	70 млн	18 млн
Америка	219 млн	69 млн
Середній Схід	65 млн	16 млн
Азія й Океанія	360 млн	57 млн

*узагальнено авторами

Слід підкреслити, що найбільш сильного впливу зазнали країни Азії й Океанії. Їхня відвідуваність впала аж на 84 %. В Америці, зі свого боку, – на 69 %. Також дуже серйозні показники в країнах Африки, Європи та Середнього Сходу, (-75 %), (-70 %), (-75 %) відповідно [5, 8].

Якщо розглядати зміни в туристичній сфері в умовах COVID-19, то вони будуть такими:

- внутрішній туризм став набагато ближчим до людей. Він демонструє позитивні ознаки на багатьох ринках, оскільки люди, як правило, стали подорожувати ближче. Мандрівники їдуть на «відпочинок у своїй країні» або відпочинок біля дому;
- природа, сільський туризм та дорожні поїздки стали популярним вибором подорожей через обмеження у подорожах та пошуки вражень під відкритим небом;
- молодші мандрівники найбільш стійкі до змін. Зміна демографічних показників: відновлення подорожей було сильнішим серед молодого сегменту. «Зрілі» мандрівники та пенсіонери будуть найбільш враженими сегментами;
- заходи безпеки та охорони праці, політика скасування – це головна проблема споживачів;
- туристи надають більше значення створенню позитивного впливу на місцеві громади, збільшуючи пошук автентичності.

Пандемія суттєво вплинула на кожен сектор туристичної індустрії: авіакомпанії, транспорт, круїзні лінії, готелі, ресторани, визначні пам'ятки (наприклад, національні парки, заповідні зони та об'єкти культурної спадщини), туристичні агенції, туроператори. Малі та середні підприємства, до складу яких входить великий неформальний туристичний сектор, становлять близько 80 % туристичного сектору, і багато з них можуть не пережити кризи без істотної підтримки. Це призведе до ефекту доміно у всьому ланцюжку постачання туризму, що вплине на засоби до існування в сільському господарстві, рибному господарстві, творчих галузях та інших сферах послуг.

У написання статті авторами використано такі методи, як емпіричні (а саме, спостереження та опис), а також теоретичні: аналіз, синтез, узагальнення, індукція та дедукція.

РЕЗУЛЬТАТИ

Вплив COVID-19 значною мірою відобразився на туристичній сфері. Якщо аналізувати наслідки, – вони будуть величезними. Це насамперед зумовлено наслідками обмежень на подорожі та падінням попиту серед туристів. Проаналізовано статистику міжнародного прибуття туристів у всьому світі за період 2019-2020 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Найбільше постраждали напрями, які залежать від міжнародних туристів. Багато з них перебувають у країнах, що розвиваються, де туризм є основним джерелом прибутку на експорт. Наприклад, за даними Світового банку [9], туризм становить майже 15 % ВВП Таїланду, саме тому нещодавно він почав дозволяти обраним іноземним туристам повертатися на тривалий термін перебування.

Туризм відіграє одну з головних ролей у світовій економіці, забезпечуючи десяту частину світового валового національного продукту. Але сьогодні з урахуванням COVID-19 світові тенденції змінились, з'явилися абсолютно нові вимоги у сфері туризму. Наведено та проаналізовано основні з них (рис. 1) [10]:

Безпека та гігієна. З моменту спалаху COVID стандарти безпеки та гігієни були надзвичайно важливими. З огляду на це, існує низка туристичних тенденцій, пов'язаних із цим, таких як посилене прибирання, соціально віддалені місця для сидіння, надання гелю для рук та застосування масок у деяких умовах. Зараз це також є життєво важливою частиною туристичного маркетингу, і компаніям потрібно чітко пояснити, яка їх політика гігієни та безпеки та які заходи вони вживають, щоб захистити клієнтів. Загроза COVID призвела до того, що люди більше не хочуть подорожувати та відвідувати гарячі точки туризму, тому їх потрібно буде переконати, що це безпечно [11].

Локальний туризм. Різні обмеження на поїздки та небажання багатьох людей їздити за кордон означають, що багатьом представникам туристичної галузі доводиться зосереджуватись на місцевих клієнтах, а не на міжнародних. Зараз саме той час, коли локальний туризм має більше переваг, ніж закордонний.

Зростання безконтактних платежів. Безконтактні платежі вже деякий час є основним елементом, коли мова заходить про технології у туризмі. Клієнтам навіть не потрібно мати дебетовий рахунок картою або кредитною картою для оплати харчування, проживання в готелі, транспорту та інших послуг.

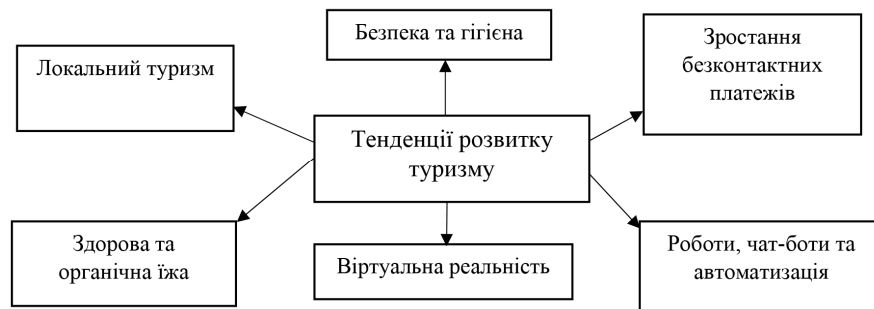


Рис. 1. Світові тенденції туризму

Дозвіл на безконтактні платежі дозволив туристичним компаніям зменшити тертя та покращити швидкість реєстрації та виїзду. Це також означає, що за товари можна швидко заплатити, стимулюючи спонтанні покупки. З коронавірусом безконтактні платежі користуються більшим попитом, ніж будь-коли, оскільки персонал та клієнти часто воліють уникати оброблення готівки.

Віртуальна реальність. За допомогою онлайн-турів із віртуальною реальністю клієнти можуть відчувати інтер'єри готелів, інтер'єри ресторанів, туристичні визначні пам'ятки на відкритому повітрі та багато іншого – усе вдома.

Роботи, чат-боти та автоматизація. Готелі та зони відпочинку беруть участь у тенденціях застосування роботів персоналу, встановивши інтерактивні прилади для виконання певних службових обов'язків. Зараз багато клієнтів бронюють свої подорожі та проживання за допомогою Інтернет-чат-ботів, які можуть оброблювати запити та допомагати клієнтам корисною інформацією, коли оператори-люди недоступні.

Здорова та органічна їжа. Сучасні туристи знають, що смачне та поживне – це не ексклюзивні поняття. Попит на чудову кухню з метою кращого харчування є рушієм нових туристичних тенденцій. Сучасний турист хоче знати, що їжа, яку вони їдять, настільки ж здорова, як і смачна. Рух органічної їжі також впливає на туристичні тенденції, де більше ресторанів та готелів пропонують органічні страви.

Дедалі частіше персоналізація стає одним із найвагоміших чинників, які змушують споживачів відчувати залученість до компанії та бренду. Окрім ефективного маркетингу туризму, персоналізація може застосовуватися до кожного аспекту туристичного досвіду. Сучасні споживачі очікують враження, які точно відповідає їхнім особистим уподобанням, від напрямів до розміщення та видів діяльності, якими вони будуть займатися. Чим ближче досвід може бути адаптований до бажань та очікувань клієнта, тим більша ймовірність повернення та знову скористатися тією ж послугою.

Дослідження, проведене Booking.com, виявило, що популярність екологічних об'єктів розміщення продовжує зростати відповідно до намірів туристів подорожувати без шкоди навколишньому середовищу. У майбутньому році майже три чверті (73 %) респондентів у всьому світі планують хоча б один раз забронювати екожитло. Уже четвертий рік поспіль цей показник демонструє стійку тенденцію зростання: із 62 % у 2016 р. до 65 % у 2017 р. й із 68 % у 2018 р. до 73 % у 2019 р. [20].

Але важливо зауважити, що стійкість стосується не лише навколишнього середовища. Йдеться також про позитивний вплив на культури, економіку та людей у місцях призначення, які відвідують клієнти. Взагалі, принципи циркулярної економіки та сталого розвитку можуть розширити світобачення підприємців та відкрити нові джерела прибутку чи значного зниження витрат.

Так, європейські компанії найчастіше використовують такі компоненти моделей [17-19]:

- заміна відновлюваними джерелами енергії та природними процесами (виготовлення біологічно розкладного пакування, енергія шляхом використання відновлювальних джерел);

- максимізація матеріальної та енергоефективності – передбачає пропозицію продуктів/послуг, створених за рахунок технологічних удосконалень, що зумовлює зменшення витрат на сировину, логістику й разом із тим, зниження впливу на біосферу;

- створення цінності з відходів – перероблення сировини та відходів у виробництві з можливим перетворенням їх у продукцію більш високої цінності та якості (або послуги);

- розроблення масштабних рішень, – створюючи продукти, послуги та ідеї, слід розробляти їх так, щоб була можливість розширюватись, наприклад, шляхом ліцензування або формування нових ланцюгів вартості з партнерами.

Туристичні компанії також можуть підтримати цю місію, внівши невеликі, але суттєві корективи. Наприклад, позбутися одноразового пластику або використовувати лише сонячну енергію для всіх своїх енергетичних потреб; використовувати альтернативні види енергії для перевезення пасажирів.

Як наслідок, туристи вже починають змінювати свої вподобання, і дедалі частіше популярними стають:

1. **Сільський туризм.** Нещодавно з'явився як альтернатива звичайному міському туризму. Усе більше людей їздять до невеликих громад, як правило, розташованих у сільських районах, щоб дізнатись про спосіб життя та культуру або, у деяких випадках, від'їхатися від міста. Подорожі на природі, орієнтовані на пустелю та відпочинок на природі, також надзвичайно зростають у популярності.

2. **Екотуризм.** Туристичні тенденції значною мірою впливають на проблеми та звички клієнтської бази. У міру того, як нове покоління стає дедалі актуальнішим на ринку, ідеали, що визначають їхні рішення щодо купівлі, створюють нові туристичні тенденції. Екоподорожі – лише один із прикладів цих туристичних тенденцій, що відображає зростаючу стурбованість серед сучасних мандрівників стосовно етичних та стійких

варіантів туризму. Еко-подорожі включають прості зміни, такі як наявність вуглецевих кредитів під час бронювання рейсу або можливість узяти в оренду електричний замість звичайного автомобіля. Більш складні приклади можуть включати туризм із волонтерським елементом, можливо, робота над природним заповідником або участь у природоохоронних роботах [13].

3. *Трансформаційні подорожі*. Це не просто подорожі для дозвілля, а й подорожі, які мають за мету змінити життя як інших людей, так і себе. Волонтерські поїздки є прикладом досвіду, який набув популярності завдяки цій тенденції. Мандрівники відпочивають, а також виділяють час на волонтерські роботи в місцях подорожей.

ВИСНОВКИ

Отже, як бачимо, різного роду фактори макросередовища змушують підприємства туристичної галузі та туристів, змінювати вподобання та власні смаки. До світових та європейських тенденцій слід віднести такі: безпека та гігієна під час подорожей, зростання безконтактних платежів, поширення локального туризму, здорова та органічна їжа, використання віртуальної реальності, роботів, чат-ботів та автоматизація процесів. Окрім того, серед туристичних напрямів популярності набирає екологічний, сільський та трансформаційний туризм.

Список використаних джерел

1. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? Washington: Island Press, 2008 P. 33.
2. Габа М.І. Екотуризм як один із засобів взаємозбагачення різних культур. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2011. Вип. III (43). С. 212–215.
3. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту та маркетингу. Київ: Альтерпрес, 2004. 192 с.
4. Злотнік, М., Мельник, О. Стратегічне управління впровадженням принципів циркулярної економіки на вітчизняних підприємствах. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 12. С. 112–119.
5. Tourism development trends in the world, 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/323748083_Tourism_development_trends_in_the_world_httpselibraryruitemaspid27207616
6. Офіційний сайт Природно-заповідного фонду України. URL: <http://pzf.menr.gov.ua>
7. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>
8. Офіційний сайт World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
9. Офіційний сайт World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/home>
10. *Сучасні тенденції розвитку туризму*: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції; Збірник тез доповідей. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. Частина I. 217 с.
11. Гаращенко Д.В., Фрей Л.В. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID-19. *Інновації та технології у сфері послуг і харчування*. 2020. № 2. С. 67–75.
12. Nyorani C. Tourism Trends That Will Shape the Travel Industry in 2020 and Beyond. URL: <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018>
13. Tourism Trends: The Latest Opportunities for The Tourism Industry. URL: <https://www.revfine.com/tourism-trends/>
14. International Finance Corporation (IFC, World Bank Group) Municipal Solid Waste in Ukraine: DEVELOPMENT POTENTIAL. URL: <https://www.ifc.org>
15. Сайт агентства 24/7 Wall Street. URL: <https://247wallst.com/>
16. Зінченко А. Велика сміттєва пляма. URL: <https://business.ua/economy/6049-velika-smitteva-plyama>
17. D'Amato D., Veijonaho S., Toppinen A. Towards sustainability? Forest-based circular bioeconomy business models in Finnish SMEs. *Forest Policy and Economics*. 2020. Vol. 110. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1389934118302600>
18. Bocken N.M.P., Short S.W., Rana P., Evans S. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes *J. Clean. Prod.* 2014. Vol. 65. pp. 42–56. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652613008032>
19. Takacs F., Frankenberger K., Stechow R. Circular Ecosystems: Business Model Innovation for the Circular Economy: monograph. Institute of Management & Strategy, University of St. Gallen, 2020. 22 p. URL: <https://www.alexandria.unisg.ch/259076/>
20. Результати глобального дослідження об устійчивом туризмі за 2019 год. Компанія Booking.com. URL: <https://news.booking.com/>
21. Продіус Ю.І., Пшенична І.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу на зовнішньому ринку. *Розвиток сталого туризму: виклики й можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*: Матеріали круглого столу (м. Одеса, 19 квітня 2021р.). Одеса: ОНУ, 2021. С. 97–101.

References

1. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? Washington: Island Press, 2008 P. 33.
2. Haba M.I. Ecotourism as one from the collection of agricultural crops. *Bulletin of the Chernivetsk Trade and Economic Institute*. 2011. Issue III (43). pp. 212–215. [in Ukrainian].
3. Dmytruk O.Yu. Ecological tourism: Succesful to the concept of management and marketing. Kyiv: Alterpress, 2004. 192 p. [in Ukrainian].
4. Zlotnik, M. and Melnyk, O. Strategic management in the implementation of principles of circular economy at the industrial enterprises. *Education and Science*. 2020. № 12. pp. 112–119. [in Ukrainian].
5. Tourism development trends in the world, 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/323748083_Tourism_development_trends_in_the_world_httpselibraryruitemaspid27207616
6. Official site of the Natural Reserve Fund of Ukraine. URL: <http://pzf.menr.gov.ua>. [in Ukrainian].
7. Official site of the Cabinet of Ministries of Ukraine. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>. [in Ukrainian].
8. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
9. World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/home>
10. *Modern trends in tourism development*: Proceedings of the III All-Ukrainian scientific-practical conference; Collection of abstracts. Mykolaiv: VP "MF KNUKIM", 2015. Part I. 217 p. [in Ukrainian].
11. Harashchenko D.V., Frei L.V. Recent trends and new trends in tourism due to COVID-19. 2020. № 2. pp. 67–75. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/article/view/213044> [in Ukrainian].
12. Nyorani C. Tourism Trends That Will Shape the Travel Industry in 2020 and Beyond. URL: <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018>
13. Tourism Trends: The Latest Opportunities for The Tourism Industry. URL: <https://www.revfine.com/tourism-trends/>
14. International Finance Corporation (IFC, World Bank Group) Municipal Solid Waste in Ukraine: DEVELOPMENT POTENTIAL. URL: <https://www.ifc.org>
15. Agency website 24/7 Wall Street. URL: <https://247wallst.com/>

16. Zinchenko A. Big garbage stain. URL: <https://business.ua/economy/6049-velika-smiteva-plyama>. [in Ukrainian].

17. D'Amato D., Veijonaho S., Toppinen A. Towards sustainability? Forest-based circular bioeconomy business models in Finnish SMEs. *Forest Policy and Economics*. 2020. Vol. 110. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1389934118302600>

18. Bocken N.M.P., Short S.W., Rana P., Evans S. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes *J. Clean. Prod.* 2014. Vol. 65. pp. 42–56. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652613008032>.

19. Takacs F., Frankenberger K., Stechow R. Circular Ecosystems:

Business Model Innovation for the Circular Economy: monograph. Institute of Management & Strategy, University of St. Gallen, 2020. 22 p. URL: <https://www.alexandria.unisg.ch/259076/>

20. Results of the global study on sustainable tourism in 2019. Booking.com. URL: <https://news.booking.com/>. [in Russian].

21. Prodius Y., Pshenychna I. Increasing the competitiveness of the hotel business in the foreign market. *Development of sustainable tourism: challenges and opportunities for tourism and hotel and restaurant business: Materials of the round table (Odesa, April 19, 2021)*. Odesa: Odesa National University of Economics, 2021. pp. 97–101.