

УДК 338.48

JEL classification Z32

Наталія ЗАЦЕПНА

к.п.н., доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Національного університету «Запорізька політехніка»

ORCID ID: 0000-0003-1866-449X

Вікторія ПРУСС

старший викладач кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Національного університету «Запорізька політехніка»

ORCID ID: 0000-0001-7393-6430

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ У ПІСЛЯ ПАНДЕМІЙНОМУ ПЕРІОДІ

Анотація. Дана стаття присвячена дослідженню сучасних факторів та тенденцій розвитку світового туризму. Дослідження впливу пандемії на стан сучасного туризму є надзвичайно актуальним, оскільки COVID-19 мав значний вплив на туристичну галузь по всьому світу. Було розглянуто різні чинники та тенденції розвитку цього процесу, які порушені пандемією. Саме тому в дослідженні визначено те, що пандемія COVID-19 в першу чергу призвела до обмеження переміщень та закриття кордонів між країнами, що значно скоротило обсяги міжнародних поїздок. Аналіз проведено з урахуванням таких чинників, як обмеження подорожей. Введення обмежень на міжнародні та внутрішні подорожі стало одним із основних заходів для боротьби з поширенням вірусу COVID-19. Це призвело до різкого скорочення туристичних поїздок та значного погіршення світового туристичного сектора. Також втрата доходів, коли пов'язаний із подорожами туристичний сектор зіштовхнувся із серйозними фінансовими труднощами через пандемію. Визначено, що скасування бронювання, закриття кордонів та обмеження міжнародних перельотів призвели до значної втрати доходів для компаній та готелів, а також вплинули на зайнятість у цій сфері. Визначено відмінності у відновленні, коли відновлення міжнародного туризму після пандемії відбувається нерівномірно у різних регіонах світу. Деякі країни та регіони, які швидко застосували ефективні заходи щодо контролю за поширенням вірусу, почали відновлюватися раніше за інших. Це призвело до появи нових «туристичних гарячих точок» та перерозподілу

туристичних потоків. Визначені нові тенденції у туризмі. Пандемія COVID-19 викликала зміну у перевагах та поведінці туристів. Безпека, здоров'я та гігієна стали основними пріоритетами при виборі напрямку та видів відпочинку. В результаті зростає популярність екологічного туризму, з'являються нові формати туристичних послуг, такі як віртуальні тури та віддалена подорож. Загалом пандемія COVID-19 має серйозний та довгостроковий вплив на сучасний розвиток світового туризму, призводячи до змін у перевагах та поведінці туристів, а також викликаючи перерозподіл туристичних потоків та труднощів фінансового характеру у цій сфері.

Ключові слова. Пандемія, COVID-19, світовий туризм, міжнародний туризм, подорож, туристичні послуги, тенденції розвитку, туристичні потоки.

Natalia ZATSEPINA

Ph.D., associate professor,

Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

ORCID ID 0000-0003-1866-449X

Victoria PRUSS

Senior Lecturer of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

ORCID ID 0000-0001-7393-6430

TRENDS AND FACTORS IN THE DEVELOPMENT OF WORLD TOURISM IN THE POST-PANDEMIC PERIOD

Abstract. *This article is devoted to the study of modern factors and trends in the development of world tourism. Researching the impact of the pandemic on the state of modern tourism is extremely relevant, as COVID-19 has had a significant impact on the tourism industry worldwide. Various factors and trends in the development of this process, which are affected by the pandemic, were considered. That is why the study determined that the COVID-19 pandemic primarily led to the restriction of movements and the closing of borders between countries, which significantly reduced the volume of international travel. The analysis was carried out taking into account such factors as travel restrictions. The introduction of restrictions on international and domestic travel has become one of the main measures to combat the spread of the COVID-19 virus. This led to a sharp reduction*

in tourist trips and a significant deterioration of the global tourism sector. Also the loss of revenue when the travel-related tourism sector faced severe financial difficulties due to the pandemic. Cancellations, border closures and restrictions on international flights were found to have resulted in a significant loss of revenue for companies and hotels, and affected employment in the sector. Differences in recovery have been identified, when the recovery of international tourism after the pandemic is uneven in different regions of the world. Some countries and regions that quickly implemented effective measures to control the spread of the virus began to recover earlier than others. This led to the emergence of new «tourist hotspots» and the redistribution of tourist flows. New trends in tourism have been identified. The COVID-19 pandemic has caused a change in the preferences and behavior of tourists. Safety, health and hygiene have become the main priorities when choosing a direction and types of recreation. As a result, the popularity of ecological tourism is growing, new formats of tourist services are emerging, such as virtual tours and remote travel. In general, the COVID-19 pandemic has a serious and long-term impact on the current development of world tourism, leading to changes in the preferences and behavior of tourists, as well as causing a redistribution of tourist flows and difficulties of a financial nature in this area.

Keywords. *Pandemic, COVID-19, world tourism, international tourism, travel, tourist services, development trends, tourist flows.*

Пандемія COVID-19 значно вплинула на туристичну індустрію та призвела до безлічі змін, які будуть актуальними та впливовими в майбутньому, особливо для забезпечення безпеки та задоволення потреб мандрівників. Одним з основних аспектів, які наголошують на актуальності такого впливу стали обмеження для поширення вірусу, коли багато країн закрили свої кордони або запровадили обмеження на в'їзд для іноземних громадян. Це призвело до величезного скорочення числа міжнародних подорожей та значних втрат для туристичної індустрії. Через обмеження та невизначеність, пов'язані з пандемією, багато людей відмовилися від подорожей або відклали свої плани на майбутнє. Це призвело до значного зниження попиту на міжнародні тури та послуги. Пандемія призвела до значного скорочення авіап перевезень та закриття багатьох авіакомпаній. Обмеження на міжнародні рейси та страх перед зараженням призвели до зниження кількості пасажирів та значних економічних втрат для авіакомпаній.

Міжнародні подорожі після пандемії стали супроводжуватися посиленими заходами безпеки, такими як тестування на COVID-19, карантинні заходи та вимоги щодо використання масок. Це створює додаткові обмеження та витрати для мандрівників, що може відлякувати деяких людей від міжнародних подорожей. Пандемія змінила переваги та поведінку

мандрівників. Багато людей стали віддавати перевагу локальним або регіональним подорожам, уникаючи далеких міжнародних поїздок, що в свою чергу може призвело до зрушення у туристичному попиті та потреби у нових видах туристичних послуг. Таким чином, вплив пандемії на розвиток міжнародного туризму полягає в тому, що вона створила серйозні виклики та зміни в індустрії, які продовжуватимуть впливати найближчим часом. Адаптація до цих змін та розробка нових стратегій стають важливими для відновлення міжнародного туризму та його майбутнього розвитку.

Саме тому метою даного дослідження є визначення тенденцій та факторів розвитку світового туризму у після пандемійному періоді.

Пандемія COVID-19 мала значний вплив на туризм та сформувала нові тенденції розвитку у цій галузі. По-перше, пандемія підняла усвідомлення важливості здоров'я та безпеки під час подорожей. Туристи стали обережніші і звертають більше уваги на гігієну та запобіжні заходи. Безпека стала одним із найважливіших факторів при виборі місця для подорожі. Також обмеження на міжнародні поїздки змусили туристів більш уважніше придивитися до місцевих та регіональних напрямків. Зараз багато людей вважають за краще досліджувати свою батьківщину та прилеглі країни, що сприяє зростанню місцевого туризму. Пандемія також посилила інтерес до сталого туризму, що враховує екологічні та соціальні аспекти. Туристи все більше воліють тури, які включають екологічно спрямовані заходи, відвідування місцевих спільнот та збереження природних ресурсів.

Крім того, онлайн-платформи для бронювання, віртуальні тури та різні цифрові рішення стали невід'ємною частиною туристичної індустрії. Зріс інтерес до віртуальних подорожей і компанії активно розвивають цифрові можливості для задоволення потреб туристів. Багато туристичних компаній запровадили гнучкіші умови бронювання та політику скасування, щоб задовольнити потреби клієнтів під час невизначення у часі. Гнучкість та можливість повернення грошей стали важливими факторами при виборі туроператора чи готелю. Також зі зростанням віддаленої роботи багато людей вирішують проводити тривалі періоди часу в інших країнах. Такий підхід, названий «робота з будь-якої точки світу», дозволяє людям поєднувати роботу зі знайомством з новими місцями та культурами. Крім того, пандемія посилила інтерес до медичного туризму, оскільки люди шукають можливості отримання якісної медичної допомоги за кордоном. Багато країн вже активно розвивають цю галузь туризму та залучають міжнародних пацієнтів. Це лише деякі з тенденцій, що сформувалися під впливом пандемії. Тому у майбутньому ситуація може продовжувати змінюватися, а туристична галузь адаптуватиметься до нових реалій.

Певні тенденції змінення можна визначити через дослідження різних аспектів стану туризму. Так, наприклад, в Європі за статистикою дохід від міжнародного туризму залежно від різних світових криз за останні 23 роки: 2000 – 223 млрд. дол., 2003 (епідемія SARS) – 222 млрд. дол., 2009 (Світова фінансова криза) – 251 млрд. дол., 2019 – 429 млрд. дол., 2020 (COVID-19) – 159 млрд. дол., 2022 – 240 млрд. дол. Також зараз відбувається повільне відновлення світового туризму після пандемії COVID-19. Міжнародні туристичні прибуття створюють прямий вплив туризму на ВВП у всьому світі. Так, у таблиці 1 показано вплив туризму на світовий ВВП з 2019 по 2022 рік [7].

Таблиця 1. Вплив міжнародних туристичних прибуттів на ВВП у всьому світі

Рік	Міжнародні туристичні прибуття (млн. осіб)	Прямий вплив туризму на ВВП (у трлн дол. США)
2019	1500	3,3
2020	407	1,5
2021	456	1,7
2022	963	2,5

За прогнозами міжнародний туризм вже повертається до свого до пандемійного рівня, так у 2022 році було +4%, у 2023 прогнозується 48%, у 2024 – 64%. Так, динаміка росту міжнародних авіап перевезень (у зв'язку з пандемією Covid-19) на прикладі компанії Ryanair (фінансовий рік компанії закінчується 31 березня) [5].

Таблиця 2. Динаміка росту міжнародних авіап перевезень на прикладі компанії Ryanair

Рік	Чистий прибуток/збиток, млрд дол.	Клієнти, млн осіб
2017	+1,316	120
2018	+1,450	130,3
2019	+1,025	143,1
2020	+1,002	148,6
2021	-815	27,5
2022	-355	97,1
2023	+1,428	168,6

Під впливом зниження пандемії індустрія туризму почала знов розвиватися. За опитуванням респондентів з 18 світових ринків [5] у 2022 році 13% туристів почали витратити більше на відпустку; 13% – подорожували більшою компанією родини/друзів; 9% – брали/бронювали більшу кількість відпусток, ніж зазвичай; 10% – взяли більш довшу

відпустку, ніж зазвичай; 8% – працювали віддалено під час відпустки; 5% – брали відпустку, як продовження відрадження.

American Express Travel опублікував свій Звіт про глобальні тенденції подорожей за 2023 році, у якому висвітлено чотири глобальні тенденції, які надихають людей подорожувати цього року:

- поява «Set-Jetting»: популярні фільми, телешоу та соціальні мережі надихають людей подорожувати до місць, які вони бачать на екрані, як-то Італія, Париж, Єллоустоун чи Лондон;
- смачні місця: від найкращих ресторанів до місцевих фаворитів і кулінарних курсів – люди обирають наступний напрямок залежно від того, що вони будуть їсти;
- хвиля оздоровлення: відновлювальні відпустки зростають, оскільки мандрівники надають пріоритет самообслуговуванню, а також своєму психічному та фізичному здоров'ю;
- подорожі невідомими шляхами: мандрівники хочуть відкрити приховані перлини та підтримати місцеву громаду, коли вони відвідують [1].

В сучасному світі 66% представників покоління Z та представників міленіалів погоджуються, що черпають натхнення щодо того, куди подорожувати, де їсти та що їсти, переважно з соціальних мереж. Під час опитування було визначено основні інформаційні джерела, які спонукають туристів обирати місце мандрування та забронювати поїздки (методологія: n=1000 (Австралія, Канада, Індія, Японія, Мексика, Великобританія), 2000 (США); респонденти, які мають сімейний дохід щонайменше \$70 тис. і подорожують принаймні раз на рік літаком; 3-11 лютого 2023 року) [2].

Таблиця 3. Фактори впливу на вибір туристів місця мандрування

Фактори впливу (джерела)	Покоління Z та міленіали, у %	Покоління X, у %
Телешоу або фільми	52	43
Instagram	46	22
Fasebook	34	22
Tik Tok	29	7

Крім того, слід зазначити, що їжа має величезний вплив на те, куди люди подорожують, від відвідин найкращих світового рівня ресторанів чи місцевих закладів до кулінарних курсів. 81% респондентів погоджуються, що спробувати місцеву їжу та кухню є частиною подорожі, якої вони з нетерпінням чекають найбільше. 66% опитаних представників покоління Z і міленіалів погоджуються, що вони черпають натхнення щодо їжі під час подорожі

здебільшого в соціальних мережах. Майже половина (47%) опитаних покоління Z і міленіалів погоджуються, що вони запланували цілу подорож навколо певного ресторану [2].

Надання пріоритету догляду за собою призводить до збільшення кількості відновлювальних відпусток. 73% респондентів цього року планують відпустку, щоб покращити своє психічне, фізичне та емоційне здоров'я. 60% опитаних представників покоління Z і міленіалів кажуть, що вони роблять усе можливе, щоб бронювати готелі, які пропонують спа-послуги та оздоровчі послуги.

Мандрівники хочуть відкривати приховані перлини та підтримувати місцеві громади, які вони відвідують. 85% респондентів хочуть відвідати місце, де вони зможуть посправжньому відчути місцеву культуру. 78% респондентів зацікавлені у відпустці, яка підтримує місцеві громади у 2023 році. Також покоління Z та міленіалі більше подорожують для відпочинку в Америку.

Таким чином, потрібно визначити, що туристичний процес залучає різні верстви населення, і кожен із них має свої особливості та мотивації для подорожей. В першу чергу, це люди, які мають достатні фінансові ресурси та вільний час для подорожей. Зазвичай це високооплачувані професіонали, підприємці чи заможні пенсіонери. Вони часто шукають розкішні готелі, ексклюзивні послуги та місця відпочинку високого рівня. По-друге, це прошарок населення, який має середній рівень доходу та здатний дозволити собі певні види подорожей. Вони можуть вибирати доступніші варіанти розміщення, такі як середня цінова категорія готелів або апартаменти. Середнього класу туристи можуть віддавати перевагу популярнішим туристичним напрямкам і стандартним туристичним послугам. Є також бюджетні мандрівники – це люди з обмеженими фінансовими ресурсами, які віддають перевагу більш економічним варіантам подорожей. Вони можуть вибирати хостели, кемпінги або дешеві готелі. Бюджетні мандрівники часто шукають акції та знижки, щоб заощадити на витратах.

Молоді люди та студенти часто є активними туристами. Вони шукають пригоди, нові культурні досліди та можливості для спілкування з місцевими жителями. Молодь може вибирати більш недорогі варіанти розміщення, такі як хостели та гуртожитки, та віддавати перевагу активним формам відпочинку. Сім'ї з дітьми також беруть активну участь у туристичному процесі. Вони шукають місця, які пропонують розваги для всієї родини, такі як розваги, аквапарки або дитячі клуби. Сім'ї можуть зупинитися в готелі сімейного типу або орендувати квартири з кухнею для зручності готування. Люди похилого віку також можуть бути активними туристами. Вони можуть подорожувати в рамках своїх пенсійних програм або як круїзні пасажери. Літні люди можуть віддавати перевагу більш комфортному розміщенню

та послугам, пристосованим до їх потреб. Важливо, що визначені верстви населення не є вичерпним списком, і кожен турист може мати свої унікальні мотивації та переваги. Таким чином, слід визначити, що туризм доступний для всіх верств населення, і важливо, щоб туристична індустрія мала змогу задовольняти всі їх потреби у відпочинку.

За ознакою частоти подорожей, туристи поділяються на тих, хто часто подорожує (3+ поїздки на рік), випадково подорожує (1-2 поїздки на рік), не подорожує чи дуже рідко. Так, наприклад, було визначено частоту подорожей дорослих США за поколіннями (методика: опитування проводилось з 14 грудня 2022 року по 20 лютого 2023 року; незважена похибка до +/-4 відсоткових пунктів) [6].

Таблиця 4. Частота подорожей дорослих США за поколіннями

Покоління	Ті, хто часто подорожує, у %	Ті, хто випадково подорожує, у %	Ті, хто не подорожує чи дуже рідко, у %
Дорослі покоління Z	52	30	17
Міленіали	52	32	17
Покоління X	41	33	25
Бєбі-бумєри	35	37	28

Було визначено, що в сучасному туризмі зростає частка мандрівників, які погоджуються з наведеними нижче твердженнями щодо екологічності мандрування [3]. Так, 76% мандрівників вважають, що глобальна енергетична криза та зростання вартості життя впливають на їхні плани витрат; 76% мандрівників хочуть подорожувати більш екологічно у 2023 році; 43% були б готові платити більше за екологічні варіанти подорожей; 49% вважають, що більш екологічні варіанти подорожей занадто дорогі (методологія: 33 228 респондентів у 35 країнах і територіях, які подорожували принаймні один раз за останні 12 місяців і, мабуть, планують подорож у 2023 році).

Найпопулярнішим видом туризму, як і раніше, залишається пізнавальний. В Європі лідерами серед туристичних центрів пізнавального напрямку визначено (топ-10 відображає кількість схвалень «Архітектура», «Культура», «Історія», «Пам'ятники», «Старе місто», «Музеї», наданих мандрівникам Booking.com з усього світу станом на червень 2023 року):

1. Париж; Франція;
2. Прага, Чехія;
3. Барселона, Іспанія;
4. Відень, Австрія;
5. Мадрид, Іспанія;
6. Берлін, Німеччина;

7. Лісабон, Португалія;
8. Амстердам, Нідерланди;
9. Будапешт, Угорщина;
10. Краків, Польща.

Цей рейтинг визначає місця з найбільшою кількістю схвалень історії та культури на платформі Booking.com. Рейтинг складався тільки з країн-членів ЄС [3].

Також можна виділити країни з найбільшою кількістю об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Так, в Італії їх 58, в Китаї 56, в Німеччині 51, в Іспанії 49, у Франції 49, Індонезії 40, у Мексиці 35, у Британії 33, в Росії 30, в Ірані 26 пам'яток. Таким чином, станом на серпень 2023 року Італія є країною з найбільшою кількістю об'єктів світової спадщини [4], що може вплинути за певних обставинах на збільшення уваги до туризму в цій країні.

Таким чином, після пандемії COVID-19 туризм продовжуватиме свій розвиток, але спостерігатимуться зміни у перевагах та поведінці туристів. Деякі з основних факторів та тенденцій, які можуть вплинути на розвиток туризму після пандемії, включають:

– здоров'я та безпека: після пандемії туристи орієнтуватимуться на суворе дотримання заходів безпеки та гігієни під час подорожей. Компанії та установи у туристичній галузі повинні будуть вживати відповідних заходів для забезпечення безпеки своїх клієнтів;

– місцевий та ближній туризм: можливо, туристи будуть віддавати перевагу подорожам всередині своєї країни або в найближчі регіони, уникаючи далеких та міжнародних поїздок. Це може призвести до збільшення попиту на місцевий туризм та розвитку внутрішнього ринку;

– стійкий туризм: пандемія показала, наскільки важливо зберігати природу та поважати культурні цінності місць, які відвідують туристи. Тому стійкий туризм, який враховує екологічні та соціальні аспекти, може стати популярнішим;

– цифровий туризм: використання цифрових технологій та онлайн-платформ для планування та бронювання подорожей стане ще більш поширеним після пандемії. Туристи можуть віддавати перевагу контакту з мінімальною кількістю людей і вибрати онлайн-опції для своїх туристичних потреб;

– підвищений попит на природні та відкриті простори: туристи можуть віддавати перевагу відпочинку в природних парках, на пляжах та інших відкритих просторах, де є можливість підтримувати фізичну дистанцію та насолоджуватися свіжим повітрям;

– гнучкість та скасування бронювання: клієнти можуть ставати більш вимогливими до гнучкості умов бронювання, оскільки пандемія показала, що плани можуть змінюватись

раптово. Гнучкі умови бронювання та можливість скасування можуть стати ключовими факторами для туристичних компаній.

Це лише деякі з факторів та тенденцій, які можуть вплинути на розвиток туризму у після пандемійному періоді. Важливо відзначити, що ситуація може змінюватись і піддаватися впливу інших факторів залежно від можливого розвитку самої пандемії та заходів, які вживають уряди різних країн.

Список літератури

1. 2023 Global Travel Trends Report, available at: <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/Global-Travel-Trends>. (Accessed 14 September 2023)
2. American Express Reveals 2023 Top Travel Trends, available at: <https://about.americanexpress.com/newsroom/press-releases/news-details/2023>. (Accessed 14 September 2023)
3. Case Studies, available at: <https://business.booking.com/en-us/case-studies/>. (Accessed 14 September 2023)
4. Culture, available at: <https://www.unesco.org/ru/culture>. (Accessed 14 September 2023)
5. Travel & transport. available at: <https://yougov.co.uk/topics/travel>. (Accessed 14 September 2023)
6. Travel Stock Alert – Airlines Updating Financial Outlooks, available at: <https://financenewslive.com/travel-stock-alert-airlines-updating-financial-outlooks/>. (Accessed 14 September 2023)
7. UNWTO World Tourism Barometer, available at: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/>. (Accessed 14 September 2023)

References

1. 2023 Global Travel Trends Report, available at: <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/Global-Travel-Trends>. (Accessed 14 September 2023)
2. American Express Reveals 2023 Top Travel Trends, available at: <https://about.americanexpress.com/newsroom/press-releases/news-details/2023>. (Accessed 14 September 2023)
3. Case Studies, available at: <https://business.booking.com/en-us/case-studies/>. (Accessed 14 September 2023)
4. Culture, available at: <https://www.unesco.org/ru/culture>. (Accessed 14 September 2023)
5. Travel & transport. available at: <https://yougov.co.uk/topics/travel>. (Accessed 14 September 2023)

6. Travel Stock Alert – Airlines Updating Financial Outlooks, available at: <https://financenewslive.com/travel-stock-alert-airlines-updating-financial-outlooks/>. (Accessed 14 September 2023)

7. UNWTO World Tourism Barometer, available at: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/>. (Accessed 14 September 2023)