

К. М. Мугиль,
аспірант кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу,
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID: 0000-0001-8121-5852

DOI: 10.32702/2306-6806.2022.5.110

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

К. Muhl,
Postgraduate student of the Department of International Tourism and Hotel Business,
Western Ukrainian National University

THE TENDENCY OF DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL RINK OF TOURIST SERVICES

У статті визначено основні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг, які існують на нинішньому етапі розвитку (2020, 2021, початок 2022 рр.). Встановлено тенденції сформульовано в рамках підходів до їх категоризації, серед яких: підхід, який передбачає виділення основних тенденцій залежно від орієнтиру на руйнівну дію обмежувальних карантинних заходів через COVID-19 на світовий туризм, пов'язану із вимушеним скороченням обсягів діяльності, виходом з ринку суб'єктів з недостатнім потенціалом для протистояння даним процесам; підхід, що передбачає характеристику розвитку зазначеного ринку через призму виникнення нових можливостей для даного середовища від дії пандемії, пов'язаних із нею обмежувальних заходів щодо перетину кордонів; підхід, пов'язаний із виникненням тенденції розвитку технологічних інновацій на ринку туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях; підхід, орієнтований на виділенні тенденції, пов'язаної із оздоровчим, відновлювальним туризмом. Визначено, що в рамках першого підходу виділено такі тенденції: вплив медичних ризиків від пандемії на скорочення темпів розвитку даного ринку в більшості країн світу та на глобальному рівні в цілому; зниження реалізації послуг (продукції) в супутніх секторах, пов'язаних із високою контактністю між людьми, обумовлених медичними ризиками; скорочення туристичних потоків різних категорій, обумовлені дією карантинних обмежувальних заходів, зниженням фінансових можливостей населення різних країн здійснювати витрати на туристичні послуги в умовах невизначеності; ріст безробіття в сфері міжнародного ринку туристичних послуг у більшості країн світу; погіршення логістичної організації туризму. Доведено, що в контексті другого підходу відмічено такі тенденції: позитивна тенденція становлення внутрішнього туризму, здатна підтримувати розвиток ринку туристичних послуг та впливати на його зростання завдяки відповідності новим вимогам життєдіяльності; екологічно орієнтований туризм; тенденція розвитку державно-приватного партнерства щодо підтримки розвитку ринку туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях. Виявлено, що відповідно до третього наукового підходу визначено технологічні інновації на досліджуваному ринку, зокрема: цифровізацію туристичного сектору. Вказано, що четвертий підхід включає тенденцію попиту на оздоровчий, відновлювальний туризм, яка була характерна і для до впровадження карантинних заходів в світі.

The article identifies the main trends in the international market of tourist services that exist at the current stage of development (2020, 2021, early 2022). The identified trends are formulated in the framework of approaches to their categorization, including: the approach that involves highlighting the main trends depending on the focus on the destructive effects of restrictive quarantine measures through COVID-19 on world tourism, associated with forced projects with insufficient potential to resist these processes; an approach that characterizes the development of this market through the prism of the emergence of new opportunities for the environment from the pandemic, related to the restrictive measures to cross borders; the approach related to the emergence of the trend of technological innovation in the market of tourist services at the national and international levels; an approach focused on identifying trends related to health, recreational tourism. It is determined that the first approach identifies the following trends: the impact of medical risks from the pandemic on the reduction of the pace of development of this market in most countries and globally as a whole; reduction of sales of services (products) in related sectors associated with high contact between people due to medical risks; reduction of tourist flows of various categories due to the action of quarantine restrictive measures, reducing the financial capacity of the population of different countries to spend on travel services in conditions of uncertainty; rising unemployment in the international market of tourist services in most countries; deterioration of the logistics organization of tourism. It is proved that in the context of the second approach the following tendencies are noted: positive tendency of formation of domestic tourism, able to support the development of the market of tourist services and influence its growth due to compliance with new requirements of life; ecologically oriented tourism; the trend of public-private partnership to support the development of the market of tourist services at the national and international levels. It was found that in accordance with the third scientific approach identified

technological innovations in the market under study, in particular: digitalization of the tourism sector. It is pointed out that the fourth approach includes the trend of demand for health, recreational tourism, which was characteristic of the implementation of quarantine measures in the world.

Ключові слова: міжнародний ринок туристичних послуг, негативний вплив, позитивний вплив, цифровізація туристичного сектору, державно-приватне партнерство, логістична організація туризму, оздоровчий та відновлювальний туризм.

Key words: international market of tourist services, negative impact, positive impact, digitalization of the tourism sector, public-private partnership, logistics organization of tourism, health and recreational tourism.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сектори економіки, ринки постійно руйнуються новими тенденціями та інноваціями, і міжнародний ринок туристичних послуг не є виключенням. Врахування вимог нових тенденцій, їх створення дозволяє учасникам зазначеного ринкового середовища залишатись конкурентоздатними і задовольняти потреби клієнтів. Проте, на фоні дії обмежувальних карантинних заходів через COVID-19 (та його похідні), які здійснюються як урядами більшості країн, так і впроваджені на глобальному рівні, певні із таких клієнтських потреб та вимог для функціонування ринку змінилися кардинально, змістились пріоритети туристів, виникли нові правила щодо здійснення економічної діяльності. Дотримання нових вимог та норм є складним для багатьох учасників міжнародного ринку туристичних послуг, що, в свою чергу, обумовлює їх скорочення, зниження рівня розвитку зазначеної сфери в цілому. Будь-які події в світовій економіці, соціальній сфері, безпеці відбуваються з певних причин, вони можуть повторюватись із деякими змінами з огляду на сучасні виклики, досягнення науки та техніки. Повтори (тренди, тенденції) характеристик розвитку світового ринку туризму через такі події (терористичних актів, пандемій, війн, техногенні катастрофи великих масштабів) є вихідною базою для прогнозування можливих змін. Відповідно, встановлення тенденцій сучасного розвитку за даним напрямком є важливим фундаментом для створення методологічної бази для планування наслідків від впливу тих або інших факторів (подій).

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питанню вивчення тенденцій міжнародного ринку туристичних послуг присвячено праці низки науковців і дослідників, зокрема: А. Максанової, А. Андрєєвої [1], Ю. Пшеничних [2], С. Адая, М.С. Адая [3], С. Холл, Д. Скотта, С. Гесслінг [5], Ф. Хіггіс-Десбіольєса [6], С. Хуанга, Ю. Шао, У. Зенга, Х. Ліу, З. Лі [7], А. Яніогло, М. Рісанен [8], Г. Маккартні [9], Г. Періс, С. Драміканін, М. Конік [10], Дж. Раманаускаса, С. Баневичюза [11], Г. Шарма, А. Томаса, Дж. Пауля [12], Н.Г. Угур, А. Акбайіка [13]. Незважаючи на існування досліджень за даним напрямком, існує потреба оцінки стану наукової розробки вказаної проблематики на сучасному етапі розвитку туризму та наукової думки.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — визначення основних тенденцій міжнародного ринку туристичних послуг. Для досягнення зазначеної мети встановлено наступні завдання: виділення підходів стосовно напрямків розвитку міжнародного ринку туристичних послуг; виокремлення основних тенденцій становлення міжнародного ринку туристичних послуг на сучасному етапі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Виникнення тих або інших тенденцій ринкового середовища свідчить про їх вплив на стан розвитку останнього. Зважаючи на те, що досліджуваний міжнародний ринок туристичних послуг зазнав значних змін в останні

два роки, вважаємо за необхідне проаналізувати основні тенденції таких змін. Результати аналізу можуть виступати у якості історіографії трансформації за даним напрямком, обумовленої подією глобальної пандемії та пов'язаної із нею світовою економічною кризою.

На підставі систематизації наукових праць сформуємо основні підходи до формулювання сучасних тенденцій (трендів) міжнародного ринку туристичних послуг, які складають загрози або відкривають можливості розвитку в 2020—2022 рр. В рамках дослідження буде використано: статистичний метод, необхідний для підбору, оброблення і оцінки фактичної інформації стосовно трансформації ринку; порівняльний метод, потрібний для співставлення підходів науковців, порівняння стану розвитку ринкового середовища; комплексний метод, який використовується для систематизації даних стосовно основних тенденцій ринку.

По-перше, можна відмітити підхід, який передбачає виділення основних тенденцій залежно від орієнтуру на руйнівну дію обмежувальних карантинних заходів через COVID-19 на світовий туризм, пов'язану із вимушеним скороченням обсягів діяльності, виходом з ринку суб'єктів з недостатнім потенціалом для протистояння даним процесам.

В рамках зазначеного підходу слід відзначити положення наукової праці Н.Г. Угур, А. Акбайіка [13], які виділяють основні тенденції розвитку сучасного міжнародного ринку туристичних послуг з огляду на загрози від впливу пандемії та економічної кризи, яка стала її наслідком. А саме, автори виокремлюють наступний перелік основних тенденцій (трендів):

1) вплив медичних ризиків від пандемії на скорочення темпів розвитку даного ринку в більшості країн світу та на глобальному рівні в цілому. Дослідники зазначають, що скорочення масштабів туристичних потоків в розрізі орієнтуру на медичні ризики пов'язане із:

— розвитком дискурсу, що в країнах, які розвиваються і пропонують туристичні послуги низький рівень дотримання протиепідеміологічних заходів, недостатній рівень вакцинавання, що знижує туристичну привабливість останніх;

— скороченням мобільності туристів, яка пояснюється піклуванням про стан їх здоров'я на рівні країн, регіонів. Позиціонування орієнтуру на те, що у разі зниження пересувань різними територіями ризики перенесення вірусу (його модифікації) буде знижено. Вказаний захід здійснюється з 2020 р. періодично у вигляді обмежень подорожей в інші регіони, країни (перелік країн встановлюється за зонами безпеки). Такі обмежувальні заходи також впливають на зниження туристичного ринку на національному, міжнародному рівнях;

— виникненням колективного психологічного фактору щодо можливого захворювання під час подорожі, який обумовлює зниження попиту на туристичні послуги в більшості країн світу.

2) зниження реалізації послуг (продукції) в супутніх секторах, пов'язаних із високою контактністю між людьми, обумовлених медичними ризиками. Н.Г. Угур, А. Акбайік [13] справедливо відмічають, що значне скорочення обсягів відмічається в туризмі через зменшен-

ня показників діяльності супутніх сфер, серед яких: культура (музеї, театри, галереї, виставки, видатні пам'ятки тощо), торгівля (організація торгових ярмарок тематичного характеру, місцевих ярмарок, дегустацій, які тривалий час були візитними картками певних територій).

Можемо констатувати, що в дослідженні авторів представлено систематизацію тенденцій функціонування міжнародного ринку туристичних послуг на сучасному етапі, визначення під кутом ознак першого підходу (орієнтиру на негативний вплив COVID-19 на світовий туризм, оцінка виокремлених тенденцій переважно у якості загроз та ризиків розвитку).

В контексті змісту першого наукового підходу потрібно виокремити матеріали досліджень Ю. Пшеничних [2]. Зокрема, авторка виділяє такі основні тенденції розвитку зазначеного ринку:

1) Скорочення туристичних потоків різних категорій (в'їзного, виїзного, внутрішнього туризму), обумовлені дією карантинних обмежувальних заходів, зниженням фінансових можливостей населення різних країн здійснювати витрати на туристичні послуги в умовах невизначеності (ймовірність втрати роботи, доходів, потреба дотримання тривалого карантину при в'їзді у певні країни, яка скорочує термін активного відпочинку). Вказана тенденція, в свою чергу, обумовлює зниження обсягів діяльності учасників ринку туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях, знижує рівень вказаного показника у ВВП країн, світовому ВВП.

2) Ріст безробіття в сфері міжнародного ринку туристичних послуг у більшості країн світу. Встановлено, що суттєве зниження туристичних потоків від карантинних обмежень через пандемію Covid-19 призводить до масової втрати робочих місць, різкого скорочення надходжень іноземної валюти та податків, що обмежує здатність держави підтримувати туристичну галузь. На урядовому рівні багатьох країн визнається, що, на відміну від інших секторів бізнесу, доходи від туризму втрачаються безповоротно, тому що непродані потужності, наприклад у сфері розміщення, не можуть бути продані у наступні роки, що має відповідні наслідки для зайнятості у цьому секторі. До 2020 р. відзначалася тенденція щодо збільшення зайнятості у сфері туризму та супутніх галузей і у відсотковому, і у кількісному відношенні. У 2019 р. на туристичний сектор припадало (прямо чи опосередковано) близько 330 млн робочих місць у всьому світі, що еквівалентно 10,3 % загальної зайнятості у світі, на даний сектор припадало 10% у всьому світі. Статистичні дані свідчать, що за період 2015—2019 рр. у цьому секторі було створено одне із чотирьох нових робочих місць. У 2019 р. туристичний сектор забезпечив створення понад 9 млн нових робочих місць, що є найбільшим показником за всі роки. Починаючи із 2020 р. як наслідок зниження туристичного потоку через карантинні обмеження виникає явище суттєвого рівня безробіття. За період 2020, 2021 рр. чисельність зайнятого населення міжнародного ринку туристичних послуг скоротились на 100-120 млн фахівців при загальній чисельності на рівні 330 млн осіб. Встановлено, що до найбільшого ризику схильні країни, в яких туризм є основним джерелом доходу, за прогнозами ООН рівень безробіття в них може збільшитися на 20%. Під ударом знаходяться переважно підприємства сфери малого та середнього бізнесу, на яких головним чином працюють жінки та молодь, до того ж найчастіше неофіційно.

Констатуємо, що виділені авторкою тенденції сформульовані в контексті положень першого наукового підходу, а саме, їх характеристики стосуються наслідків негативного впливу COVID-19 на світовий туризм, додаткових загроз економічного та соціального характеру, пов'язаних із даним явищем.

В межах положень першого наукового підходу потрібно відзначити матеріали роботи С. Адая, М.С. Адая

[4], Г. Періс, С. Драміканін, М. Конік [10], в яких відмічається негативні наслідки впливу COVID-19 на світовий туризм через порушення логістичних зв'язків. Зокрема, автори вказують на те, що через дію жорстких обмежувальних заходів в багатьох країнах, особливо в ЄС, погіршилась логістична організація туризму, деякі учасники логістичних поставок вийшли з ринку, оскільки не змогли подолати економічних викликів, проблем із кадрами (працівники уходять на карантин, самоізоляцію, вказане викликає простої, відсутність робочих рук). Через погіршення логістичних зв'язків в 2020, 2021, на початку 2022 рр. спостерігаються порушення строків, обсягів поставок продуктів, матеріалів, обладнання. Зазначене відбивається на якості туристичних послуг в різних країнах, різних секторах туризму. Зокрема, через відсутність налагодженого постачання картоплі ресторанна мережа McDonald's в Японії зменшує розміри популярної страви Картоплі Фрі, в деяких мережах європейських готелів іноді бувають перебої із санітарно-гігієнічними засобами тощо.

По-друге, потрібно виокремити підхід, що передбачає характеристику розвитку зазначеного ринку через призму виникнення нових можливостей для даного середовища від дії пандемії, пов'язаних із нею обмежувальних заходів щодо перетину кордонів.

Відповідно до змісту даного підходу потрібно відзначити положення праці С. Хуанга, Ю. Шао, У. Зенга, Х. Ліу, З. Лі [7]. А саме, автори доводять, що незважаючи на виникнення низки негативних тенденцій в даній сфері (скорочення обсягів діяльності, зниження рівня зайнятості), формується позитивна тенденція становлення внутрішнього туризму, здатна підтримувати розвиток ринку туристичних послуг та впливати на його зростання завдяки відповідності новим вимогам життєдіяльності. Розвиток внутрішнього туризму, який забезпечував збереження робочих місць в секторі розміщення, ресторанному секторі, в туристичних компаніях, компаніях, зайнятих організацією екскурсійною діяльністю. Зокрема, встановлено, що впродовж 2020 р., коли в Китаї діяли жорсткі обмежувальні заходи щодо пересування, виїзду та в'їзду туристів, отримав стрімкий розвиток внутрішній туризм. Учасники ринку туристичних послуг змогли ефективно переорієнтуватися на внутрішнього споживача. Вказане забезпечило переорієнтування 77% туристів (громадян Китаю) на внутрішній туризм. Зміни у стратегічному плануванні, управлінні вплинули на успішний антикризовий менеджмент в китайській туристичній сфері впродовж перших трьох місяців після введення жорстких обмежувальних заходів в 2020 р., 2021 р. Орієнтир на внутрішній туризм починає набувати значного поширення в США, країнах Європи, інших державах тощо. Як вказують дослідники [3], обмежувальні карантинні заходи змістять пріоритети туристів в бік більш близьких, безпечних та малолюдних місць. Таким чином, внутрішній та регіональний туризм може стати більш затребуваною альтернативою, оскільки автомобіль є кращим видом транспорту для уникнення контактів із великими групами людей. Вілли або інші інші одиниці розміщення із самообслуговуванням, що відповідають вимогам соціальної віддаленості, будуть мати найбільший попит у період дії зазначених обмежувальних заходів. Ця тенденція також буде характерною для регіональної моделі ділових поїздок.

В межах другого наукового підходу можемо виділити перелік тенденцій розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, визначений в дослідженні Г. Шарма, А. Томаса, Дж. Пауля [12]. Зокрема, автори виділяють такі основні тенденції становлення вказаного ринку:

1) Попит на стійкий розвиток туризму, пов'язаний із орієнтиром на забезпечення справедливого балансу між економічними вигодами від туризму та негативними соціальними, економічними наслідками подорожей і

туризму (екологічно орієнтований туризм). Серед таких наслідків дослідники виокремлюють, зокрема: погіршення навколишнього природного середовища, сільськогосподарських угідь; переміщення територій проживання місцевого населення для побудови готельних, ресторанних господарств, створення туристичних дестинацій міжнародного рівня; надмірне споживання води; негативний вплив на місцеву флору та якість життя суспільств, які є приймаючими сторонами в туризмі. Орієнтир на екологічно орієнтований туризм, збереження клімату в рамках політики ЄС пов'язаний із високими податками на авіаційні перельоти, вибором європейськими туристами більш екологічного транспорту, близьких територіально туристичних дестинацій. З одного боку, вказана тенденція впливає на зниження супутньої авіаційної сфери, з іншого, відкриває нові можливості для внутрішнього туризму (всередині країн, всередині ЄС, на континентах без використання авіаційного транспорту).

2) Тенденція розвитку державно-приватного партнерства щодо підтримки розвитку ринку туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях.

Г. Шарма, А. Томас, Дж. Пауль [12] справедливо відзначають, що підприємства різних галузей економіки знаходяться в очікуванні до темпів звичайного ведення бізнесу, і туристичний сектор не є виключенням. Всі сектори орієнтовані на введення державних пакетів стимулів та регулювання, які забезпечуватимуть підвищення продуктивності розвитку. Така картина характерна як для розвинених країн, так і для тих, які розвиваються. Зокрема, як зазначає Ф. Хіггіс-Десбіольтс [6], компанія TUJ, яка однією із найбільших багатонаціональних туристичних організацій в світі, в 2020 г. отримала допомогу від урядів Великобританії та Німеччини та оголосила про зниження витрат на свою діяльність по всьому світу. За твердженням С. Холл, Д. Скотта, С. Гесслінг [5], Г. Маккарті [9], починаючи з 2020 р. уряди країн почали відігравати важливу роль в економіці країн, їх участь призводить до повторної націоналізації авіакомпаній, аеропортів, туристичних фірм та мереж готельного, ресторанного бізнесу. Вказані організаційно-фінансові трансформації впливають на підвищення конкурентних позицій учасників даного ринку, їх стабілізацію.

По-третє, необхідно відмітити підхід, пов'язаний із виникненням тенденції розвитку технологічних інновацій на ринку туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях.

Як свідчать матеріали досліджень [3], процес цифровізації туристичного сектору змінив бізнес-модель постачальників та очікування клієнтів, його активне впровадження припадає на кінець 2019 р. Поява нових гравців у сфері розміщення (наприклад, AirBnB, Homeaway), транспорту (BlablaCar, Uber), громадського харчування (EatWith) та послуг гідів (ToursByLocals) здійснила революцію у туристичному секторі. Так звані "розумні туристичні напрямки" починають масово впроваджувати в управлінні туристичними поїздками, технічні рішення на основі технологій доповненої реальності покращують враження клієнтів, віртуальна реальність все частіше застосовується на зустрічах та конференціях, послуги починають оплачуватись у криптовалютах, з'єднання 5G та Wi-Fi стають необхідними послугами, технологія "Інтернет речей" та штучний інтелект вже застосовуються багатьма готельними мережами та іншими постачальниками туристичних послуг.

Як відзначають А. Максанова, А. Андреева [1], починаючи із 2019 р. в світовому туризмі активно використовуються цифрові технології, але криза, пов'язана із дією карантинних обмежувальних заходів спровокувала різке підвищення їх значущості. Авторки вказують, що новими елементами цифрової екосистеми в туризмі стали: віртуальні тури та екскурсії (тисячі природних та

культурних об'єктів по всьому світу відкрили доступ до своїх електронних ресурсів); зростання сервісів віддаленої роботи в даному секторі, безкоштовні освітні курси в онлайн-форматі для людей, що залишилися без активної діяльності і орієнтовані на працевлаштування. Значна увага приділяється застосуванню цифрових технологій у просуванні урядових заходів стосовно дотримання карантинних норм, наприклад, для інформування громадян та контролю за їх пересуваннями, для перевірки мандрівників, відстеження звернень тощо.

За твердженням А. Яніогло, М. Ріссанен [8], впродовж періоду після впровадження карантинних обмежень: використання технологій буде максимальним; туристичні послуги будуть характеризуватись збільшенням частки електронного туризму; споживчий попит на безконтактний та персоналізований досвід може призвести до впровадження хмарних систем управління нерухомістю, автоматичної реєстрації заїзду/від'їзду в готелях та пам'ятках, використання автономних роботів для прибирання тощо; перехід до цифрових технологій покращить роботу та освітні можливості у галузі. Автори вказують, що низка музеїв Європи, США під час карантину запровадила віртуальні тури.

По-четверте, важливо відмітити підхід, який передбачає визначення тенденції підтримання попиту на відновлювальний, оздоровчий туризм, яка була характерна як для докарантинного періоду, так і для 2020, 2021 рр.

Дослідники (А. Яніогло, М. Ріссанен [8]) відзначають, що орієнтири на підтримання здоров'я та гарного самопочуття залишаються головними очікуваннями туристів в 2022 р. Зростаюча тенденція щодо вказаних напрямків призвела до збільшення кількості подорожей, орієнтованих на лікувальні, оздоровчі цілі. Оздоровчі та оздоровчі заходи включають піші прогулянки (56% мандрівників), відвідування спа-салонів або косметичних процедур (33%), їзду на велосипеді, кінний спорт (дозвілля) (24%), заняття водними видами спорту (22%), детокс-відпочинок для всього тіла (17%) тощо.

Як свідчать аналітичні матеріали [8], найбільш важливими цільовими групами для оздоровчого туризму є пари, групи друзів, громадяни, які орієнтовані на підтримання та відновлення здоров'я під час відпустки. Визначено, що люди, які народилися до 1946 р., переважно, орієнтовані на терапію, основу на природних ресурсах (оздоровчі грязі, соляні печери, різні види терапії). Категорія туристів, які народились між 1946 р. та 1975 р., переважно, цікавляться терапією, яка основана на природних ресурсах, поєднаною із медичним оздоровленням, духовними практиками (йога). Ті, хто народився в 1976 р. і пізніше проявляють інтерес до спорту, фітнесу, лікувального відпочинку. Туристи, які народились після 2000-х рр. орієнтовані на активний оздоровчий туризм, пов'язаний із значними фізичними навантаженнями.

Вивчення наукових джерел (праці А. Яніогло, М. Ріссанен [8], Дж. Раманаускаса, С. Баневічюса [11]) показує, що в глобальному масштабі Європа посідає лідерські позиції в сфері оздоровчих поїздок, і попит європейських туристів за даним напрямком продовжують зростати. При цьому, встановлено, що Центральні та Східна Європи є найбільшими ринками оздоровчих подорожей в Європі. Серед основних країн-походження європейських туристів, орієнтованих на оздоровчий туризм в Європі, є: Ісландія, Швеція, Угорщина, Словаччина, Чехія. Встановлено, що вказану групу особливо приваблюють курорти, які пропонують лікувальні послуги, що мають спа-центри.

Також дослідники [8; 11] виділяють категорію європейських туристів, які орієнтовані на відвідування туристичних дестинацій Європи, які надають оздоровчі послуги, але їх ціллю є звичайний активний відпочинок. При цьому, цілі відновлення, підтримання здоров'я є

вторинними. Вказана категорія туристів складала близько 86% європейських туристів в 2017 р., і 80% в 2020 р. Аналіз показує, що туристи даної групи прагнуть сумістити бажання розслабитись, відпочити від буденного життя, роботи, провести час на природу, отримати унікальні та аутентичні враження, побути поряд із родиною, друзями, пройти процедуру відпочинку від цифровізації (напрямки без Wi-Fi, 4G, 5G тощо).

ВИСНОВКИ

В дослідженні було визначено основні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг, які існують на нинішньому етапі розвитку (2020, 2021, початок 2022 рр.). Визначені тенденції сформульовано в рамках підходів до їх категоризації, серед яких: підхід, який передбачає виділення основних тенденцій залежно від орієнтури на руйнівну дію обмежувальних карантинних заходів через COVID-19 на світовий туризм, пов'язану із вимушеним скороченням обсягів діяльності, виходом з ринку суб'єктів з недостатнім потенціалом для протистояння даним процесам; підхід, що передбачає характеристику розвитку зазначеного ринку через призму виникнення нових можливостей для даного середовища від дії пандемії, пов'язаних із нею обмежувальних заходів щодо перетину кордонів; підхід, пов'язаний із виникненням тенденцій розвитку технологічних інновацій на ринку туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях; підхід, орієнтований на виділенні тенденції, пов'язаної із оздоровчим, відновлювальним туризмом. Визначені тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг є історіографією, яка забезпечує методичні матеріали для формування матеріалів для прогнозування наслідків впливів різних подій на стан розвитку даного сектору.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Серед перспектив подальших наукових розвідок можемо відмітити: створення методичного забезпечення для прогнозування змін міжнародного ринку туристичних послуг через дію факторів різних категорій; виявлення підходів стосовно подолання кризових явищ в даній сфері.

Література:

1. Максанова Л.Б.-Ж., Андреева А.М. Развитие туризма в условиях пандемии: новые тренды и антикризисные меры. Общество: политика, экономика, право. 2020. № 12. С. 64—68.
2. Пшеничных Ю.А. Анализ динамики и тенденций развития современного международного туристского рынка. Вестник университета. 2021. № 1. С. 53—61.
3. Стратегия развития туризма Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЕС) до 2030 года. Манила: Азиатский банк развития, 2020. 58 с.
4. Aday S., Aday M.S. Impact of COVID-19 on the food supply chain. Food Quality and Safety. 2020. Vol. 4. P. 167—180.
5. Hall C.M., Scott D., Gossling S. Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. Tourism Geographies. 2020. Vol. 22. P. 577—598.
6. Higgins-Desbiolles F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. Tourism Geographies. 2020. Vol. 22. P. 610—623.
7. Huang S., Shao Yu., Zeng Y., Liu H., Li Z. Impacts of COVID-19 on Chinese nationals' tourism preferences. Tourism Management Perspectives. 2021. Vol. 40. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8498700/>
8. Ianioglo A., Rissanen M. Global trends and tourism development in peripheral areas. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2020. Vol. 20. P. 520—539.
9. McCartney G. The impact of the coronavirus outbreak on Macao. From tourism lockdown to tourism recovery. Current Issues in Tourism. 2021. Vol. 24. P. 2683—2692.

10. Peric G., Dramicanin S., Conic M. The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. European Journal of Tourism Research. 2021. Vol. 27. URL: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/download/2125/466>

11. Ramanauskas J., Banevicius S. Principles of organizational wisdom in the health tourism industry. Baltic Journal of Economic Studies. 2021. № 7(4). P. 1—7.

12. Sharma G.D., Thomas A., Paul J. Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. Tourism Management Perspectives. 2021. Vol. 37. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7771910/>

13. Ugur N.G., Akbijyijk A. Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. Tourism Management Perspectives. 2020. Vol. 36. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7474895/>

References:

1. Maksanova, L.B.-Zh. and Andreeva, A.M. (2020), "Tourism development in terms of the pandemic: new trends and anti-crisis measures", *Obshchestvo: politika, ehkonomika, pravo*, vol. 12, pp. 64—68.
2. Pshenichnyh, J.A. (2021), "Analysis of the dynamics and trends in the development of modern international tourist market", *Vestnik universiteta*, vol. 1, pp. 53—61.
3. Asian Development Bank (2020), *Strategiya razvitiya turizma Central'noaziatskogo regional'nogo ehkonomicheskogo sotrudnichestva* [Tourism Development Strategy of Central Asia Regional Economic Cooperation], Manila, Philippines.
4. Aday, S. and Aday, M.S. (2020), "Impact of COVID-19 on the food supply chain", *Food Quality and Safety*, vol. 4, pp. 167—180.
5. Hall, C.M., Scott, D. and Gossling, S. (2020), "Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for", *Tourism Geographies*, vol. 22, pp. 577—598.
6. Higgins-Desbiolles F. (2020), "Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19", *Tourism Geographies*, vol. 22, pp. 610—623.
7. Huang, S., Shao, Yu., Zeng, Y. Liu, H. and Li, Z. (2021), "Impacts of COVID-19 on Chinese nationals' tourism preferences", *Tourism Management Perspectives*, vol. 40, available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8498700/> (Accessed 11 Jan 2022).
8. Ianioglo, A. and Rissanen, M. (2020), "Global trends and tourism development in peripheral areas", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 20, pp. 520—539.
9. McCartney, G. (2021), "The impact of the coronavirus outbreak on Macao. From tourism lockdown to tourism recovery", *Current Issues in Tourism*, vol. 24, pp. 2683—2692.
10. Peric, G., Dramicanin, S. and Conic, M. (2021), "The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic", *European Journal of Tourism Research*, vol. 27, available at: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/download/2125/466> (Accessed 11 Jan 2022).
11. Ramanauskas, J. and Banevicius, S. (2021), "Principles of organizational wisdom in the health tourism industry", *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 7(4), pp. 1—7.
12. Sharma, G.D., Thomas, A and Paul, J. (2021), "Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework", *Tourism Management Perspectives*, vol. 37, available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7771910/> (Accessed 11 Jan 2022).
13. Ugur, N.G. and Akbijyijk, A. (2020), "Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison", *Tourism Management Perspectives*, vol. 36, available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7474895/> (Accessed 11 Jan 2022).

Стаття надійшла до редакції 02.05.2022 р.