

Г. М. Чепурда, О. А. Старинець, О. Г. Шестель

Черкаський державний технологічний університет

ТРЕНДИ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

У статті систематизовано теоретичну базу та методичні розробки, що стосуються сучасних трендів в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному ринку послуг. Здійснено аналіз ринку готельно-ресторанних послуг як важливого сегменту туристичних послуг. Метою статті визначено розгляд і узагальнення основних напрямків розвитку туризму та готельно-ресторанних послуг на міжнародному рівні з урахуванням викликів сучасності. На прикладі туристичних підприємств досліджено методи та форми організації готельно-ресторанних послуг і наведено приклади досвіду їх діяльності в міжнародному аспекті. Для розкриття теми наукового дослідження щодо визначення трендів в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному ринку послуг проведено аналітичні дослідження та виокремлення пріоритетних питань для вивчення в контексті глобалізаційних процесів у світі, цифровізації господарської та комунікативної діяльності в суспільстві, конкуренції та зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на розвиток туризму. Використані статистичні, аналітичні методи, методи порівняння тощо. В науковій статті узагальнено досвід міжнародних туристичних організацій та міжнародних готельних мереж щодо пріоритетних напрямків розвитку туристичних і готельно-ресторанних послуг за останні декілька років. Застосовані сучасні методи наукового дослідження для визначення кризових явищ і проблемних питань у низці закладів, які здійснюють свою господарську діяльність в індустрії гостинності. Проведено порівняльний аналіз фінансово-економічних показників господарської діяльності в галузі туризму, акцентовано увагу на динаміці міжнародних туристичних потоків і причин коливання їх показників та ефективності. Наведено приклади спеціалізації в різних країнах світу щодо форм і видів туристичних послуг. Акцентовано увагу на важливості цифровізації туристичної галузі, активізації форм і методів інформатизації на різних рівнях організації та надання туристичних і готельно-ресторанних послуг. Результати дослідження можуть бути цікавими та корисними для працівників сфери туризму, готельно-ресторанного-бізнесу, сфери послуг у цілому; науковців, викладачів, студентів вищих навчальних закладів, які опановують, зокрема, спеціальності «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа».

Ключові слова: готельно-ресторанні послуги, заклади розміщення, індустрія гостинності, міжнародний туризм, конкуренція, розвиток туризму, сфера послуг, туристичні фірми.

Постановка проблеми та її актуальність. Актуальність обраної для наукового дослідження теми зумовлена динамічними змінами в багатьох сферах життєзабезпечення людей та їх непередбачуваністю як на глобальному, національному, так і на регіональному рівнях. Не виключенням є й сфера туризму та готельно-ресторанного бізнесу як основної складової цієї галузі економіки для низки держав світу. Для визначення тенденцій розвитку туризму та туристичної інфраструктури, ефективних напрямків розробки та застосування адаптивних заходів з боку держав, суб'єктів господарювання, юридичних і фізичних осіб-підприємців актуальним має бути систематичний збір інформації про стан галузі, задіяні сучасні оперативні та ефективні методи й інструменти аналізу індикаторів для визначення факторів впливу на різні сегменти діяльності з урахуванням комплексності формування туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для розкриття тематики наукового дослідження здійснено аналіз публікацій науковців і практиків, які вивчали і продовжують вивчати питання становлення та розвитку туризму й готельно-ресторанного бізнесу на міжнародному ринку послуг. Так, наприклад, глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі

світового ринку послуг досліджено Атаманчук З.А. [1]. Мамотенко Д.Ю., Гресь-Євреїнова С.В., Шелемєтьєва Т.В. здійснили аналіз системи моніторингу світового ринку туристичних послуг [18]. Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг Україні висвітлили Несторишен І., Стельмах Ю., Марчук Д. [20]. Сучасний стан розвитку туристичної сфери в країнах світу, а також готельного господарства як складової індустрії гостинності країни вивчали Безуглий В.В., Бойко З.В., Яроцька А.А. [2], Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Іванцов С.В. [4]. Сучасні трансформації розвитку сфери туризму та індустрії гостинності дослідили у відповідній монографії Головня О.М. та Ставська Ю.В. [6]. Стан та сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу в світі за впливу зовнішніх факторів висвітлено в науковій праці Солоненко Ю. та Криворучко Д. [24].

Аналіз міжнародного ринку готельних послуг, зокрема щодо проблем і тенденцій розвитку здійснили Добрянська Н.А., Саркісян Г.О., Ніколюк О.В., Єланська К.В. [12]. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу висвітлено в роботі Довгаль Г.В. [13]. Результати аналізу основних трендів розвитку ринку готельних послуг опубліковані в праці Погасій С.О., Краснокутської Ю.В., Нікітіної І.В. [23]. Питанням щодо управління готельним господарством

у кризових умовах сьогодення та з урахуванням світового досвіду присвятили своє наукове дослідження Долга Г.В. та Хитрова О.А. [14]. У наукових публікаціях Бліщук К.М., Козак І.І. висвітлені напрямки застосування сучасних маркетингових методів у сфері готельного бізнесу [3].

Особливу увагу в наукових дослідженнях трендів міжнародного туризму науковцями приділено аналізу стану та тенденцій розвитку міжнародних готельних мереж, у тому числі щодо їх особливостей в умовах глобалізації. Прикладом є публікації Гакової М.В. [5], Ільницької-Гикавчук Г. [16], Кушнірук Г.В., Дорош Ю.С. [17]. Аналіз світового досвіду організації luxury послуг в 5* готелях висвітлено в праці Мирошник Ю.А. [19]. Нечева Н.В. і Шикіна О.В. дослідили місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг [21].

Сучасні виклики та мегатренди розвитку туристично-рекреаційної сфери досліджувала Графська О.І. [7]. Особливу увагу під час наукових досліджень трендів в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному ринку послуг викликають аспекти застосування інновацій. Так, наприклад, інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи вивчали Гребенюк Г.М., Чаркіна Т.Ю., Марценюк Л.В., Пікуліна О.В. [8].

Отже, в цілому доцільно зазначити неабиякий інтерес науковців до висвітлення питань розвитку туризму та готельно-ресторанних послуг як на міжнародному рівні, так і в окремих секторальних нішах галузі. Та глобалізаційні проблеми економіки світу, вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на розвиток туризму та індустрії гостинності на сегментарному рівні та в цілому спонукають не зупинятися на досягнутому, а враховувати динаміку змін як в політичних, так і в економічних, соціальних, екологічних аспектах, що можуть мати вплив на розвиток туризму та готельно-ресторанного бізнесу й зумовлюють подальші наукові дослідження, аналіз чинників і рівня впливу та визначення пріоритетних напрямків розвитку галузі.

Метою статті визначено розгляд і узагальнення основних напрямків розвитку туризму та готельно-ресторанних послуг на міжнародному рівні з урахуванням викликів сучасності.

Об'єктом дослідження визначені пріоритетні напрямки в розвитку галузі туризму, що формують тренди в діяльності туристичних фірм і підприємств готельно-ресторанного бізнесу на міжнародному ринку послуг в умовах сьогодення.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади щодо визначення базових основ і специфіки формування трендів в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному ринку послуг.

Методологія та методи дослідження. В методології цього наукового дослідження закладені принципи системності та науковості. На прикладі туристичних фірм і підприємств, які здійснюють свою діяльність в готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному рівні на основі таких методів наукового дослідження, як

аналітико-синтетичний, статистичний та метод порівняльного аналізу, проведено аналіз ситуації протягом останніх декількох років на ринку туристичних послуг і зокрема послуг готельно-ресторанного бізнесу. Завдяки застосуванню статистичного методу та методу порівняння узагальнено основні критерії сприяння та гальмування розвитку в індустрії гостинності, а також виокремлено пріоритетні напрямки покращення ефективності в діяльності туристичних фірм і підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Під час теоретичних узагальнень та формулювання висновків застосовано також абстрактно-логічний метод.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кількісні показники, що характеризують динаміку туристичних потоків протягом останніх років, яскраво свідчать про суттєві зміни в пріоритетах уподобань туристів, які впливають на розвиток туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Так, наприклад, протягом періоду до фіксації пандемії на коронавірусні захворювання, у світі відбувалося суттєве зростання обсягів туристичних потоків. Аналіз причин збільшення на 63% за цей період кількості міжнародних туристів пояснювався економічним зростанням у світовій економіці після фінансової кризи 2008–2010 років, зростанням доходів населення; розвитком транспортної, фінансової та цифрової інфраструктури; запровадженням в низці країн так званого безбар'єрного митного та логістичного сполучення, а також активізацією в сфері масової культури та стилю життя, у тому числі екологічно спрямованого [10]. Та попри все вище зазначене, не припиняються в світі й дії терористичного характеру, мають місце збройні конфлікти, розв'язуються війни. Також природні явища, пов'язані з виверженням вулканів, землетрусами та іншими вкрай небезпечними явищами спонукають цивілізовані суспільства розробляти та застосовувати превентивні заходи та враховувати ці фактори впливу й на розбудову туристичної, рекреаційної інфраструктури.

Державна агенція розвитку туризму (далі – ДАРТ) України регулярно моніторить ситуацію на світовому рівні щодо стану туристичної галузі та її інфраструктури, факторів впливу на їх розвиток. Так, російсько-українська війна кардинально вплинула на життя українців, змусила до масової міграції населення країни як в середині держави, так і за її межі. Пріоритетним для всіх без виключення є питання безпеки, тому й для подальшого розвитку туризму та туристичної інфраструктури актуальним є орієнтація на сприятливі умови перебування їх споживачів, формування пакету альтернативних пропозицій. Так, наприклад, Європейський туристичний ринок суттєво потерпає від наслідків цієї війни, адже аналіз найбільш перспективних для Європи закордонних туристичних ринків показав, що влітку 2023 р. туристи з таких країн, як США, Канада, Китай, Японія, Бразилія суттєво «зменшили свою присутність у регіоні. Основні причини – небезпека, зростання вартості життя та витрат на європодорожі» [11].

Тренди в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному ринку послуг обумовлені низкою

факторів, які безпосередньо або опосередковано мають вплив на різні аспекти їх діяльності протягом життєвого циклу туристичного продукту. Рівень попиту на туристичні послуги серед різних верств населення країн світу може коливатися залежно від тих умов, які діють в цій галузі економіки, та тих факторів, що мають вплив на динаміку процесів у ланцюжку господарської діяльності причетних до цієї справи осіб (юридичних і фізичних). Враховуючи фактичну дію в кожній країні відповідних законодавчих вимог у сфері туризму та індустрії гостинності, глобалізаційні процеси у світі, події світового масштабу та їх вплив на різні сфери життєзабезпечення населення планети Земля, кризи в економіці та екологічні катастрофи, неможливо уникнути їх наслідків і на пріоритети щодо обрання туристичних подорожей та послуг у сфері індустрії гостинності на національному, регіональному рівні. Яскравим прикладом подібного впливу на тренди в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі за останні декілька років виявилися негативні наслідки світової пандемії, зумовленої COVID-2019, що супроводжувалося заборонами або обмеженнями можливостей пересування громадян як в середині країн, так і поза їх кордонами. Результатом подібних заходів виявилось суттєве «зниження показників мобільності громадян» і відновлення лише на початку 2023 р. на рівні не більше 80% порівняно з «допандемічним» 2019 р. показника «міжнародні туристичні прибуття». Винятком можливо назвати хіба що туристичні ринки країн Середнього Сходу, де у 2023 р. виявилось зростання на 15% порівняно з 2019 р. (табл. 1) [20, с. 43].

Таблиця 1 – Динаміка показника «міжнародні туристичні прибуття»

Пор. №	Напрямок	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1	World	-69%	-34%	-20%
2	Europe	-59%	-20%	-10%
3	Asia Pacific	-93%	-72%	-46%
4	Americas	-63%	-29%	-14%
5	Africa	-72%	-33%	-12%
6	Middle East	-66%	-10%	+15%

Джерело: складено на основі [27]

Таким чином, наведені кількісні показники динаміки міжнародних туристичних прибуттів дають підстави стверджувати про основний чинник негативного впливу на міжнародний туристичний ринок саме від пандемії COVID-2019 [20, с. 43].

Для України, де на державному рівні визначено туризм пріоритетною галуззю народного господарства країни, період другої половини 2020-го та 2021 р. зумовив бурхливий розвиток внутрішнього туризму, у тому числі сільського (зеленого), екологічного туризму. Активно надавали туристичні послуги зелені садиби, населення сільської місцевості долучалося до заходів, спрямованих на створення та розвиток туристичних послуг на території рекреаційних територій поза меж-

ами урбанізованого середовища. Трендом стали пропозиції відпочинку в екологічно безпечному середовищі, натуральність харчових продуктів, природна атрактивність, віддаленість від великих міст. Ці пропозиції були цікавими й для іноземних туристів, що стимулювало створення більш широкого спектру пропозицій.

Але широкомасштабне вторгнення російського агресора в Україну на певний час змусило туристичний бізнес й індустрію гостинності змінити свої плани та адаптуватися до реалій, які диктували вимоги кардинальної зміни концепції в туристичній пропозиції, зумовленої суттєвими змінами в пріоритетах споживачів цих послуг. Треба зазначити, що на частині території України, де ворог перебував певний час і залишив після себе руйнацію, а також ще на деяких тимчасово окупованих територіях наразі неможливо відновити туристичну діяльність, заклади розміщення та харчування за можливості перендислокувалися в глиб країни або до більш безпечних місць в Закарпатській, Львівській, Івано-Франківській областях, або навіть за кордон (наприклад, готелі з міжнародних готельних мереж). Доцільно навести декілька співставних кількісних показників, отриманих ДАРТ в рамках проекту UNICEF U-Report Ukraine за результатами дослідження щодо ставлення громадян до подорожей під час війни. Серед майже 5 тис. осіб віком від 14 до 34 років було виявлено факт участі від 1 до 5 разів майже 36% українців у подорожах регіонами України, починаючи з 24.02.2022 р., але близько 55% українців не відвідували інші регіони України з того часу, як ворог здійснив широкомасштабний напад [20, с. 44]. Порівняно, наприклад, із 2021 р., наразі пріоритети щодо туристичних подорожей в українців суттєво змінилися. Так, у 2021 р. за результатами дослідження компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення ДАРТ було зроблено висновок про пріоритетний вид туризму, який обирають українці як в середині країни, так і за її кордоном, а саме пляжний туризм, який став пріоритетним майже на 48% від загальної кількості обраних видів туризму (табл. 2).

Таблиця 2 – Тренди щодо обрання видів відпочинку в Україні у 2021 р.

Пор. №	Вид відпочинку	% від загальної кількості
1	Пляжний туризм	48
2	Експериментальний туризм (поїздки по різним цікавим локаціям)	36
3	Гірськолижні курорти	17
4	Лікувально-оздоровчий туризм	14
5	Тури вихідного дня	10

Джерело: складено на основі [20, с. 44]

До переліку перешкод (обмежень) для подорожей в Україні в умовах воєнного стану, перш за все, належать питання, що стосуються безпеки, що визначили 57,4% респондентів, які брали участь в опитуванні за проектом UNICEF U-Report Ukrain. Фінансові питання

для 42,2% українців також відіграють пріоритетне значення під час обрання напрямку подорожі. Втрата доступу до морських курортів для 24,4% респондентів має вагомий роль під час вибору подорожі, а 20,9% респондентів переймаються логістикою доїзду [20, с. 45].

На міжнародному ринку туристичних послуг все більше прихильників фіксується серед тих, хто обирає для себе тури в ті країни та місця перебування, де окрім відпочинку на свій смак (активний або пасивний), є можливість ознайомитися з культурним простором країни, її культурною спадщиною, автентикою. Тобто «поєднання культури та туризму може бути потужним рушієм економічного розвитку» [25, с. 209]. Таким чином доцільно акцентувати увагу на тому, що національний та міжнародний туризм є «одним із основних засобів культурного обміну» [25, с. 210]. Відбувається процес синергії, коли через глобалізаційні процеси та розвиток комунікаційних технологій в багатьох сферах життя суспільства різних країн відбувається взаємна інтеграція «різних сфер діяльності, що призводить до появи нових продуктів і послуг, які не лише більш повно задовольняють не тільки традиційні потреби, але й формують нові потреби людей» [25, с. 211].

Вартим уваги є факт створення Міжнародного альянсу щодо захисту культурної спадщини в зонах конфлікту (ALIPH), який представляє собою «альянс» між кількома державами, приватними партнерами та експертами, для створення якого фінансову підтримку надали Франція, Об'єднані Арабські Емірати, Саудівська Аравія, Кувейт, Марокко, Люксембург і Китай. Підтримує ALIPH і Швейцарія, надійшли внески від Фонду Ендрю В. Меллона та філантропів доктора Томаса С. Каплана та Жана Клода Гандура [25, с. 211–212]. Трендами наразі стає вільний доступ до Інтернет-мережі, що позначається й на тих пропозиціях, які отримують все більшу популярність серед туристів із різних країн світу, зокрема щодо цифровізації об'єктів культурної спадщини та створення онлайн-екскурсій для ознайомлення зі світовими шедеврами культури та мистецтва, з автентикою та національними традиціями. Доречно в даному аспекті брати до уваги важливість принципу диференціації, адже ЮНЕСКО може бути визнано в якості об'єкту культурної спадщини «й нематеріальні характеристики певної території», зокрема кулінарні страви, народні ремесла. Серед прикладів доцільно навести популярність серед туристів гастрономічного та подієвого туризму, які користуються значним попитом, зокрема, в Італії та Франції. Для України в якості привабливого не тільки для українців, але й для іноземних туристів, матеріального об'єкту доцільно назвати історичний центр Одеси, а серед нематеріальних – петриківський розпис, український тканий рушник, український борщ. Передбачається значний інтерес в Україні з боку різних категорій туристів, зокрема й іноземців, щодо військового або волонтерського туризму [25, с. 212]. Для популяризації певних видів туризму важливим є визнання відповідного об'єкту саме об'єктом культурної спадщини

ЮНЕСКО, включення його в туристичні маршрути, створення відповідної туристичної інфраструктури навколо нього, інформування широкого кола громадськості світу про туристичні дестинації [25, с. 213].

Для українців також серед привабливих пропозицій виїзду за кордон із метою туризму є гастрономічний туризм, який належить до спеціалізованих видів і включає в себе ознайомлення з національними кулінарними традиціями країн світу, а також дегустацію страв і напоїв, що є синтезом екології, культури і виробництва. «Напрямок гастрономічного туризму охоплює більше двадцяти різноманітних галузей та майже два десятки видів гастрономічної діяльності» [15, с. 154].

За матеріалами офіційного звіту «The Travel and Tourism Competitiveness» до періоду фіксації пандемії на коронавірус в світі, щорічні надходження від туризму в Європейському туристичному регіоні становили 511 млн дол. США, а загальна кількість міжнародних прибуттів була на рівні 662 млн осіб, що підтверджувало пріоритети туристичного попиту [15, с. 155]. Пандемія коронавірусу негативно вплинула на різні сфери життєдіяльності в країнах світу, підтвердженням чого стало зниження практично на 80% попиту на гастрономічний туризм. В трендах туристичного попиту, наприклад, Європейського регіону, для обрання туру в сегменті міжнародного туризму виокремилися основні вимоги, що, як атоми, складають молекулу та є рушійною мотивацією для обрання потрібного маршруту та турпродукту (рис. 1) [15, с. 156–157].

До основних трендів, наприклад, гастрономічного туризму «післяпандемічного періоду» належать [15, с. 157]:

- продукти «А-покоління»;
- безконтактні технології;
- віртуальні «помічники»;
- екологічні тенденції;
- онлайн бронювання;
- хмарні кухні, робототехніка;
- розвиток агрокультури;
- онлайн-доставка;
- цифрові технології.

Умови сучасних соціально-економічних трансформацій набувають особливої важливості для визначення пріоритетних напрямків розвитку галузей економіки, враховуючи також і специфіку конкуренції в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному, національному та регіональному ринках [22, с. 110]. Як відомо, готельно-ресторанне господарство належить до такої сфери діяльності, на яку значний вплив можуть мати, зокрема, такі зовнішні фактори, як «курси валют, різноманітні катаклізми, банкрутство світових лідерів туроперейтингу (наприклад, Thomas Cook у 2019 році), політична та економічна ситуації у світі, різноманітні тренди на послуги гостинності, постійні зміни поведінки споживачів послуг гостинності» [22, с. 112]. Якщо розглядати тренди серед підприємців, які здійснюють діяльність у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, варто акцентувати увагу на їх мотивації щодо економії енергоресурсів, інноваційності технологій,



Рисунок 1 – Основні пріоритети для обрання туру

Джерело: складено на основі [15, с. 156–157]

дотриманні екологічних вимог в технічному та інженерному облаштуванні основних фондів без зниження якісного сервісу. Важливе значення для осучаснення послуг готельно-ресторанних комплексів мають процеси ребрендингу та інноваційне застосування маркетингових комунікацій [22, с. 114]. Орієнтуючись на тренди в туризмі та пропозиціях готельно-ресторанних закладів, споживач орієнтується на імідж готелю або ресторану, оцінює рівень послуг серед пропозицій на основі рейтингу з боку інших гостей закладу, порівнює ціну та якість запропонованих послуг, відповідність стандартам якості (обов'язковим і рекомендованим), фактично довіряє бренду [22, с. 115–116].

Під час визначення трендів на міжнародному ринку послуг в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі вагоме значення має врахування постійної зміни пріоритетів у споживачів залежно від різноманіття факторів – загального (наприклад, наявність трансферу, конференц-залу, дитячої кімнати, екскурсійне обслуговування та ін.) та особистісного характеру (потреби людини з інвалідністю, алергічні реакції на певні види страв, клаустрофобія тощо). Фактично на ринку туристичних послуг конкуренцію витримують лише ті, хто налагодив чіткий контроль стосовно попиту споживачів, запроваджує сприятливі інноваційні заходи як для клієнтів, так і для зручності персоналу під час організації послуг і їх обслуговування [22, с. 117]. Моніторинг найбільш трендових туристичних напрямків у постійно оновлюваному рейтингу наприкінці 2023 року показав, що до трійки лідерів увійшли Домініканська Республіка, Колумбія і Мексика [9]. Варто зазначити, що протягом 2023 р. уподобання туристів змінювалися, що впливало й на структуру подорожей.

Регулярно інформацію про результати аналізу туристичних трендів можливо отримати завдяки відповідним звітам Global Travel Trends Report [9]. У цьому звіті наведені актуальні тенденції, варті уваги як туристичних операторів, так і їх партнерів. Перш за все, активізувався попит на міський туризм.

Міські дестинації стають все більш популярними серед туристів у 2023 р., темпи зростання яких склали 52% від 26% зростання попиту на «сонце і пляж» за аналогічний період 2022 р. Наступним критерієм для обрання напрямку подорожі в 2023 р. була тенденція щодо врахування зміни клімату в довгостроковій перспективі. Так, наприклад, не зважаючи на те, що влітку 2023 р. Північна півкуля нашої планети пережила екстремальні температури, лісові пожежі та повені, спричинені зміною клімату, моделі подорожей практично не змінилися. Так, зокрема, після пожеж на Родосі протягом місяця попит на туристичні подорожі повернувся до стандартного рівня охоплення. Хоча має місце застереження щодо можливого зниження попиту на такі спекотні напрямки саме через зростання температурного режиму, але очікується збільшення подорожей до регіонів із більш прохолодним кліматом.

Суттєвим напрямком постковідного періоду щодо активізації туристичних пропозицій та облаштування туристичної інфраструктури є повернення попиту на сімейні подорожі. Особливістю подібних сімейних подорожей є спільна поїздка та потреба в розміщенні одночасно від 3-х до 5-ти осіб. Це стосується як перебування до місця дестинації, так і розміщення в готелі, потреби в умовах відпочинку та харчування. Так, наприклад, у США було зафіксоване значне перевищення попиту на організацію сімейної подорожі порівняно з доковідним 2019 р., коли мав місце максимальний рівень попиту. Деяко нижче порівняно з сімейними груповими подорожами були протягом 2023 р. показники попиту на надання послуг туристичної подорожі для пар.

У 2023 р. у всьому світі на протигагу економічним переважали запити на більш розкішні подорожі. Прикладом може слугувати Азійсько-Тихоокеанський регіон. Частково це пояснюється тим, що в період коронавірусної пандемії люди не мали практично ніякої можливості активно подорожувати світом й це був феномен «подорожей у помсту». Але в США, на Близькому Сході й у Африці ця фаза вже минула й спостері-

гається більш стрімке зростання попиту на відпочинок «преміум-класу» порівняно з економ-класом. Отже, споживачі, не зважаючи на збільшення вартості життя, готові платити за подорожі високого класу. Також серед трендів 2023 р. зафіксовано збільшення попиту серед мандрівників стосовно різноманіття пропозицій на ринку туристичних послуг.

Аналітика щодо міжнародних туристичних прибуттів у 2023 р., включаючи дані стосовно продажу авіаквитків за 4-й квартал, виявили декілька помітних тенденцій порівняно з показниками 2019 р., що свідчить про відновлення міжнародного туризму після COVID-19. У 2022 р. найбільш популярними напрямками були Карибський басейн і Південна Європа, що пояснюється відкладеним попитом на «сонячні та пляжні» напрямки. Більше різноманіття подорожей відбулося в 2023 р. Так, серед лідерів найбільш яскраво представлені країни Близького Сходу та Африки (МЕА), високі позиції в Домініканській Республіці, Мексиці та Греції.

У 2023 р. друге місце серед пріоритетних напрямків посіла Колумбія, кількість міжнародних туристичних прибуттів якої збільшилося на 5% порівняно з показниками 2019 р., що значно випереджає зростання в аналогічних дестинаціях Південної Америки. Причиною такого зростання є, перш за все, покращення репутації країни щодо безпеки туристів у поєднанні з відносно високою доступністю та значним покращенням транспортного сполучення.

Отже, аналіз трендів в туризмі на міжнародному ринку послуг цілком доступний для ознайомлення на офіційних сайтах UNWTO, ДАРТ, інших міжнародних і національних організацій туристичного спрямування та індустрії гостинності. Так, наприклад, звіт «Глобальні тенденції подорожей 2023» містить 21 сторінку аналітики та інформації про подорожі з використанням останніх даних про продаж авіаквитків від ForwardKeys, а також рейтинг глобальних дестинацій 2023 року за регіонами [26].

Доцільно виділити наступні глобальні тренди в розвитку туризму з метою врахування їх під час проектування національних, регіональних і локальних стратегій:

- потреба в суттєвому посиленні заходів в напрямку підвищення безпеки;
- модифікація за сприяння цифрових технологій традиційного групового туризму на персоналізацію, диверсифікацію, індивідуальний підхід;
- розвиток і диверсифікація систем міжнародного страхування;
- трансформація платіжних систем, розвиток інтернет-платежів, впровадження Blockchain-технологій;

– актуалізація екологізації туристичних послуг, збалансованого розвитку еколого-орієнтованих моделей туристичної діяльності та інфраструктурного забезпечення;

– політико-економічна агрегація, превентивні та адаптувальні дії на виклики часу.

Отже, для визначення та врахування трендів в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі в подальшій туристичній діяльності, а також для розвитку готельно-ресторанної справи на міжнародному ринку послуг необхідно аналізувати сучасні тенденції на глобальному, національному та регіональному рівні; брати до уваги трансформаційні процеси на ринку туристично-рекреаційних послуг.

Висновки. За результатами наукового дослідження трендів в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі на міжнародному ринку послуг доцільно зазначити, що суттєвий вплив на споживача туристичних послуг має рівень безпеки в тій країні, де пропонується відповідна локація, а також з точки зору безпеки логістики для туризму, як галузі, та туристів протягом всього періоду переміщення до місця дестинації та в зворотньому напрямку. Доведено, що на рівень зміни трендів у міжнародному туризмі впливає низка факторів, які регулярно досліджуються на рівні міжнародних і національних структур, органів влади та професійних громадських об'єднань.

Для приваблення іноземних туристів відвідати Україну питання безпеки також є пріоритетним, тому наразі існує тенденція до активізації туристичних пропозицій та створення умов для відновлення попиту іноземних туристів щодо приїзду в Україну саме в тих місцях, які є тилловими в період дії воєнного стану та облаштовані відповідними укриттями від можливих ворожих ракетних нападів і безпілотних літальних апаратів. Трендовими можливо назвати також пропозиції скуштувати страви національної української кухні, подивитися або й взяти участь у проведенні народних обрядових заходів, познайомитися з етнічним культурним простором українського народу в усьому його різноманітті. До трендів світового рівня доцільно віднести і розвиток готельних мереж, які завдяки своїй універсальності набувають все більшої довіри у споживачів і навіть під час війни не втрачають своєї привабливості завдяки якості та різноманіттю й інноваційності надання послуг.

Результати дослідження можуть бути цікавими та корисними для працівників сфери туризму, готельно-ресторанного-бізнесу, сфери послуг у цілому; науковців, викладачів, студентів вищих навчальних закладів, які опановують, зокрема, спеціальності «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа».

Список використаних джерел:

1. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 21–27. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-21-27>
2. Безуглий В.В., Бойко З.В., Яроцька А.А. Сучасний стан розвитку туристичної сфери в Індії. *Географія та туризм* : наук. зб. 2019. Випуск 53. С. 61–68. DOI: <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.61-68>

3. Бліщук К.М., Козак І.І. Брендинг у сфері готельного бізнесу. *Ефективність державного управління*. 2021. № 68/69. С. 22–32. DOI: <https://doi.org/10.36930/506802>
4. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Іванцов С.В. Готельне господарство як складова індустрії гостинності країни (на прикладі Німеччини). *Інфраструктура ринку*. 2023. Випуск 75. С. 214–220. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct75-39>
5. Гакова М.В. Міжнародні готельні мережі: сутність та особливості в умовах глобалізації. *Бізнес-навігатор*. 2023. № 2. С. 42–47. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.72-6>
6. Головня О.М., Ставська Ю.В. Сучасні трансформації розвитку сфери туризму та індустрії гостинності : монографія. Вінниця : ДРУК, 2021. 220 с. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/30739.pdf>
7. Графська О.І. Сучасні виклики та мегатренди розвитку туристично-рекреаційної сфери. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 17–23. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-17-23>
8. Гребенюк Г.М., Чаркіна Т.Ю., Марценюк Л.В., Пікуліна О.В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. *Агросвіт*. 2021. № 5–6. С. 57–62. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.5-6.57>
9. Григоренко М. Головні туристичні тренди року: куди туристам радять їхати у відпустку. 02.11.2023. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/top-naybilsh-trendovih-napryamkiv-u-2023-roci-golovni-turistichni-trendi-roku-12444243.html>
10. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
12. Добрянська Н.А., Саркісян Г.О., Ніколюк О.В., Сланська К.В. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13. Випуск 4. С. 63–68. DOI: <https://doi.org/10.15673/fe.v13i4.2192>
13. Довгаль Г.В. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип. 9. С. 190–196. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310B9513B2019B9B23>
14. Долга Г.В., Хитрова О.А. Управління готельним господарством у кризових умовах: реалії сьогодення та світовий досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2022. Випуск 41. С. 32–36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-41-6>
15. Жиленко К.М., Долгієр А.І. Міжнародний досвід та сучасні тенденції розвитку ринку гастрономічного туризму Європейського регіону в умовах COVID-19. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. Випуск 14. 20154–160. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-15>
16. Ільницька-Гикавчук Г. Сучасний стан і перспективи розвитку готельних мереж в Україні. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 6. Том 2. С. 26–29. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-62-04.pdf>
17. Кушнірук Г.В., Дорош Ю.С. Позиціонування брендів міжнародних готельних мереж на ринку гостинності України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 7. С. 16–23. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-7-2>
18. Мамотенко Д.Ю., Гресь-Євреїнова С.В., Шелеметьєва Т.В. Система моніторингу світового ринку туристичних послуг. *Інфраструктура ринку*. 2022. Випуск 66. С. 23–28. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-4>
19. Мирошник Ю.А. Аналіз світового досвіду організації luxury послуг в 5* готелях. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.155>
20. Несторишен І., Стельмах Ю., Марчук Д. Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг України. *Scientific journal «Development service industry management»*. No. 2. С. 42–47. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-2\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-2(5))
21. Нечева Н.В., Шикіна О.В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Економіка туризму та готельно-ресторанна справа. Збірник наукових праць*. 2022. № 9–10 (298–299). С. 131–137. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-9-10-298-299-131-137>
22. Носирев О.О. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Науковий вісник. Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету*. 2022. № 11–12 (300–301). С. 110–122. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-110-122>
23. Погасій С.О., Краснокутська Ю.В., Нікітіна І. В. Аналіз основних трендів розвитку ринку готельних послуг. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2019. № 2. С. 180–191. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/riprg_2019_2_18
24. Солоненко Ю., Криворучко Д. Стан та сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу в світі за впливу зовнішніх факторів. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 4 (83). С. 130–140. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04
25. Фалько Є.А., Матейчук В.В. Перспективи використання об'єктів культурної спадщини у розвитку міжнародного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2023. Випуск 70. С. 209–215. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct70-37>
26. Key trends: Outbound travel is changing in 2023. 2023 Global Travel Trends Report. URL: <https://forwardkeys.com/global-travel-trends-2023/>
27. UNWTO World Tourism Barometer. May 2023. Volume 21. Issue 2. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/barom-ppt-may2023_0.pdf?VersionId=pJ0gOWRPkI5bFD5tx5yuuRJ82xwe4jwu

References:

1. Atamanchuk Z. A. (2020) Hlobalni tendentsii rozvytku mizhnarodnoho turyzmu v strukturі svitovoho rynku posluh [Global Trends of the International Tourism Development in the Structure of the World Market of Services]. *Business Inform.* no. 4. Pp. 21–27. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-21.1-27> (in Ukrainian)
2. Bezuglyi V. V., Boiko Z. V., Yarotska A. A. (2019) Suchasnyi stan rozvytku turystychnoi sfery v Indii [The current state of development of the tourism sector in India]. *Geography and tourism: scientific collection*, vol. 53, pp. 61–68. DOI: <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.61-68> (in Ukrainian)
3. Blishchuk K. M., Kozak I. I. (2021) Brendynh u sferi hotelnoho biznesu [Branding in the hotel business]. *Efficiency of Public Administration*, no. 68/69, pp. 22–32. DOI: <https://doi.org/10.36930/506802> (in Ukrainian)
4. Boyko Z., Horozhankina N., Ivantsov S. (2023) [Hotel management as a component of the country's hospitality industry (on the example of Germany)]. *Market infrastructure*, vol. 75, pp. 214–220. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure75-39> (in Ukrainian)
5. Hakova M. (2023) Mizhnarodni hotelni merezhi: sutnist ta osoblyvosti v umovakh hlobalizatsii. [International hotel chains: essence and features in conditions of globalization]. *Business Navigator*, no. 2, pp. 42–47. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.72-6> (in Ukrainian)
6. Golovnya O. M., Stavskaya Y. V. (2021) Suchasni transformatsii rozvytku sfery turyzmu ta industrii hostynnosti: monohrafiya [Modern transformations of the development of tourism and hospitality industry: a monograph]. Vynnytsia: DRUK. 220 p. Available at: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/30739.pdf> (in Ukrainian)
7. Graftska O. I. (2020) Suchasni vyklyky ta mehatrendy rozvytku turystychno-rekreatsiinoi sfery [Modern Challenges for and Megatrends in the Development of the Tourism and Recreation Sphere]. *Economic problems*, no. 2, pp. 17–23. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-17-23> (in Ukrainian)
8. Hrebenuk H., Charkina T., Martseniuk L., Pikulina O. (2021) Innovatsiinyi pidkhid do rozvytku turyzmu ta hotelno-restorannoho biznesu Ukrainy v umovakh kryzy [An innovative approach to the development of tourism and hotel and restaurant business in Ukraine in a crisis]. *Agrosvit*, no. 5–6, pp. 57–62. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.5-6.57> (in Ukrainian)
9. Grigorenko M. (2023) Holovni turystychni trendy roku: kudy turystam radiat ykhaty u vidpustku [Main tourist trends of the year: where tourists are advised to go on holiday]. Available at: <https://www.unian.ua/tourism/news/top-naybilsh-trendovih-napryamkiv-u-2023-roci-golovni-turistichni-trendi-roku-12444243.html> (in Ukrainian)
10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]: website. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian)
11. State Tourism Development Agency (2019). Available at: <https://www.tourism.gov.ua>
12. Dobrianska N., Sarkisian G., Nikoliuk O., Yelanska K. (2021) Analiz mizhnarodnoho rynku hotelnykh posluh: problemy i tendentsii rozvytku [Analysis of the international market of hotel services: problems and development trends]. *Food Industry Economics*, tom 13, vol. 4, pp. 63–68. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2192> (in Ukrainian)
13. Dovgal G. V. (2019) [Modern trends in the development of the world hotel business]. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism"*, vol. 9, pp. 190–196. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310B9513B2019B9B23> (in Ukrainian)
14. Dolha H. V., Khytrova O. A. (2022) [Hotel household management under current conditions: nowadays circumstances and world wide experience]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy*, vol. 41, pp. 32–36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-41-6> (in Ukrainian)
15. Zhylenko K., Dolhiier A. (2021) Mizhnarodnyi dosvid ta suchasni tendentsii rozvytku rynku hastronomichnoho turyzmu Yevropeiskoho rehionu v umovakh COVID-19 [International Experience and Current Trends in the Development of the Gastronomy Tourism Market of the European Region in the Conditions of COVID-19]. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, vol. 14, pp. 154–160. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-15> (in Ukrainian)
16. Ilnitska-Gykvachuk G. (2022) Suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku hotelnykh merezh v Ukraini [Current status and development prospects of hotel networks in Ukraine]. *Economic sciences. Bulletin of Khmelnytsky National University*, no. 6, vol. 2, pp. 26–29. Available at: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-62-04.pdf> (in Ukrainian)
17. Kushniruk H., Dorosh Yu. (2022) Pozytsionuvannia brendiv mizhnarodnykh hotelnykh merezh na rynku hostynnosti Ukrainy [Brand positioning of international hotel chains on the Ukraine's hospitality market]. *Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, no. 7, pp. 16–23. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospee-7-2> (in Ukrainian)
18. Mamotenko D., Hres-Yevreinova S., Shelemetieva T. (2022) Systema monitorynhu svitovoho rynku turystychnykh posluh [World tourism services market monitoring system]. *Market infrastructure*, vol. 66, pp. 23–28. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure66-4> (in Ukrainian)
19. Myroshnyk Yu. (2019) Analiz svitovoho dosvidu orhanizatsii luxury posluh v 5* hoteliakh. [Analysis of the world experience in organizing luxury services in 5* hotels]. *Efektivna ekonomika*, no. 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.155> (in Ukrainian)
20. Nestorishen I., Stelmakh Ju., Marchuk D. Suchasni trendy transformatsii popytu na rynku turystychnykh posluh Ukraini [Current trends of transformation of demand on the market of tourist services in Ukraine]. *Scientific journal "Development service industry management"*, no. 2, pp. 42–47. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-2\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-2(5)) (in Ukrainian)
21. Niecheva N., Shykina O. (2022) Mistse hotelnykh merezh na svitovomu rynku hotelnykh posluh [The place of hotel networks in the global market of hotel services]. *Scientific Bulletin of Odesa National Economic University. Eco-*

nomics of tourism and hotel and restaurant business. Collection of scientific papers, no. 9–10 (298–299), pp. 131–137. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-9-10-298-299-131-137> (in Ukrainian)

22. Nosyriev O. O. (2022) Konkurentospromozhnist ta innovatsiyni rozvytok pidpriemstv hotelno-restorannoho i turystychnoho biznesu [Competitiveness and innovative development of enterprises in the hospitality industry and tourism business]. *Scientific Bulletin. Collection of scientific papers of Odesa National Economic University*, no. 11–12 (300–301), pp. 110–122. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-110-122> (in Ukrainian)

23. Pohasii S., Krasnokutska Iu., Nikitina I. (2019) Analiz osnovnykh trendiv rozvytku rynku hotelnykh posluh [The analysis of the main trends of the development of hotel services market]. *Problems and prospects of entrepreneurship development*, no. 2, pp. 180–191. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2019_2_18 (in Ukrainian)

24. Solonenko Yu., Kryvoruchko D. (2023) Stan ta suchasni tendentsii rozvytku hotelnogo biznesu v sviti za vplyvu zovnishnikh faktoriv [State and current trends of the development of the hotel business in the world under the influence of external factors]. *Galician economic journal*, no. 4 (83). DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04 (in Ukrainian)

25. Falko E., Mateichuk V. (2023) Prospects of using cultural heritage objects in the development of international tourism. *Market infrastructure*, vol. 70, pp. 209–215. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure70-37> (in Ukrainian)

26. Key trends: Outbound travel is changing in 2023. 2023 Global Travel Trends Report. Available at: <https://forwardkeys.com/global-travel-trends-2023/>

27. UNWTO World Tourism Barometer (May 2023), vol. 21, issue 2. Available at: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/barom-ppt-may-2023_0.pdf?VersionId=pJ0gOWRPkI5bFD5tx5yuuRJ82xwe4jwu

Hanna Chepurda, Olena Starynets, Olena Shestel

Cherkasy State Technological University

TRENDS IN TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE INTERNATIONAL SERVICE MARKET

The article systematises the theoretical framework and methodological developments related to modern trends in tourism and hotel and restaurant business in the international service market. The market of hotel and restaurant services as an important segment of tourism services is analyzed. The article is aimed at reviewing and summarising the main directions of development of tourism and hotel and restaurant services at the international level, taking into account the challenges of our time. On the example of tourism enterprises the article studies methods and forms of organisation of hotel and restaurant services and provides examples of experience of their activity in the international aspect. In order to disclose the topic of the scientific research on identifying trends in tourism and hotel and restaurant business in the international services market, analytical research was carried out and priority issues for study were identified in the context of globalisation processes in the world, digitalisation of economic and communication activities in society, competition, and external and internal factors influencing the development of tourism. Statistical and analytical methods, methods of comparison, etc. were used. The article summarises the experience of international tourism organisations and international hotel chains in terms of priority areas for the development of tourism and hotel and restaurant services over the past few years. Modern methods of scientific research are used to identify crisis phenomena and problematic issues in a number of institutions engaged in economic activities in the hospitality industry. The article conducts a comparative analysis of financial and economic indicators of economic activity in the tourism industry, focuses on the dynamics of international tourist flows and reasons for fluctuations in their indicators and efficiency. Examples of specialisation in different countries of the world in terms of forms and types of tourism services are given. The article focuses on the importance of digitalisation of the tourism industry, intensification of forms and methods of informatisation at various levels of organisation and provision of tourism, hotel and restaurant services. The results of the study may be interesting and useful for employees of the tourism sector; hotel and restaurant business, and the service sector in general; researchers, teachers, students of higher education institutions, who study, in particular, the specialities "Tourism" and "Hotel and Restaurant Business".

Key words: hotel and restaurant services, accommodation facilities, hospitality industry, international tourism, competition, tourism development, service sector, travel agencies.

Статтю подано до редакції 25.03.2024