

ОЦІНКА РОЛІ ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ,
ЙОГО ВПЛИВ НА ЗАЙНЯТІСТЬ ТА ВВПASSESSMENT OF THE ROLE OF TOURISM IN THE ECONOMY
OF THE EUROPEAN UNION, ITS IMPACT ON EMPLOYMENT AND GDP

УДК 339.9:908

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.82-23>**Семенюк Л.Л.**

к.г.н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну

Савчук Я.О.

к.е.н., доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності, Приватний вищий навчальний заклад «Академія рекреаційних технологій і права»

Моца А.А.

к.ю.н., доцент, доцент кафедри географії та туризму, Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці ІІ

Semeniuk Larysa

National University of Technologies and Design

Savchuk Yaroslava

Academy of Recreational Technologies and Law

Motsa Andriy

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education

У статті проводиться детальний аналіз ролі туризму в економіці Європейського Союзу, враховуючи його вклад у формування валового внутрішнього продукту та забезпечення зайнятості. Зі зростанням глобальної значущості туризму, країни ЄС активно використовують його потенціал для стимулювання економічного росту та збільшення доходів. Дослідження базується на аналізі статистичних даних, які відображають динаміку розвитку туристичної галузі в ЄС протягом останніх років. Основні параметри, на які звертається увага – це обсяги туристичних потоків, доходи від туризму та його вплив на ринок праці. Основні висновки дослідження підтверджують величезний вклад туризму в економіку країн ЄС. Також розглядається вплив пандемії COVID-19 на туристичний сектор, який зазнав серйозних втрат, але водночас має потенціал для подальшого відновлення та розвитку. Стаття рекомендована для науковців, студентів, фахівців у сфері туризму, а також для всіх, хто цікавиться економічними аспектами розвитку Європейського Союзу.

Ключові слова: туризм, екотуризм, міжнародні туристи, туристичні витрати, туристичне країнознавство, економіка Європейського Союзу, ВВП, робочі місця.

The article provides a detailed analysis of the role of tourism in the economy of the European Union, taking into account its contribution to the formation of the gross domestic product and ensuring employment. With the growing global importance of tourism, EU countries are actively using its potential to stimulate economic growth and increase incomes. The topic of the pandemic is closely related to the field of tourism, it was the cause of the biggest decline in indicators in this industry and still COVID-19 creates some difficulties and requires restrictions that directly affect consumers of the tourism product. At the same time, every year tourism acquires a broader meaning, new types and directions appear, travel agencies surprise with the variety of offers. In addition, every year a huge number of tourists cross state borders, in particular, the borders of European countries, contributing to this type of economic activity to be truly global. Given that tourists from EU countries comprise a substantial portion of the global tourism services market, examining the nuances of the European tourist services market's evolution, especially in the context of the COVID-19 pandemic, is of particular interest. The study is based on the analysis of statistical data that reflect the dynamics of the development of the tourism industry in the EU in recent years. The main parameters to which attention is drawn are the volumes of tourist flows, income from tourism and its impact on the labor market. The main conclusions of the study confirm the huge contribution of tourism to the economy of the EU countries. It also examines the impact of the COVID-19 pandemic on the tourism sector, which has suffered serious losses but at the same time has the potential for further recovery and development. The novelty of this research lies in analyzing the unique trends of the European tourism services market influenced by the COVID-19 pandemic and proposing potential solutions to navigate the market crisis. The findings offer both theoretical insights and practical implications for the evolution of the European tourism market. These insights can be instrumental for future academic research, formulating projections, and devising strategies to overcome the challenges faced by the EU's tourism sector in the current landscape.

Key words: tourism, ecotourism, economy of the European Union, international tourists, tourist country studies, tourist expenses, GDP, jobs.

Постановка проблеми. В сучасному глобальному світі туризм є показником якості життя населення країни та рівня її розвитку. В багатьох країнах світу він відіграє важливу роль в економіці. Туризм має значний вплив на використання територіального простору країни, експлуатацію інфраструктури, він створює робочі місця та підвищує регіональний розвиток, формує значну частку ВВП країни. Для країн Європейського Союзу туризм є важливою сучасною економічною сферою, яка має значний вплив на регіональну економіку Союзу та значної частини країн-членів, для яких туризм дає 15-20% загального обсягу ВВП на рік. Для великої кількості держав-членів ЄС туризм був і залишається значним рушієм національної економіки та ринку праці протягом останніх десятиліть, попри періоди спаду та економічних криз. Проте, пандемія COVID-19 сильно вдарила по туристичному сектору ЄС протягом останніх років [1]. Хоча більшість європейських

країн мають добре налагоджену систему статистики для відстеження туристичного попиту з точки зору внутрішніх і виїзних поїздок, туристичного проживання і туристичних витрат, але вона не повною мірою відображає всю соціально-економічну сутність і загальний внесок туризму в економіку Європейського Союзу.

З огляду на постійні зміни у світовій економіці, вплив глобалізації та розвиток цифрових технологій, розуміння ролі та внеску туризму в економіку ЄС є надзвичайно актуальним. Аналіз впливу туризму на зайнятість та ВВП дозволяє країнам ЄС формувати стратегії розвитку, спрямовані на оптимізацію використання ресурсів, створення нових робочих місць і збільшення соціального добробуту громадян.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених вивчали теорію та основні напрямки розвитку міжнародного туризму, серед яких: Бордин О., Шуканова А.А., Федій О.А., Шуканов П.В., Вайдман С., Філеп С. і Лавлок Б. Щодо дослі-

дження європейського ринку туристичних послуг, численні науковці присвятили цьому свої наукові роботи: Арлу С., Марія-Ірина А., Флорек І. Проте, попри глибоку наукову базу, існує ряд важливих питань, які залишаються без відповідей. Зокрема, недостатньо досліджено вплив пандемії COVID-19 на європейський туризм та невизначені перспективи його подальшого розвитку та стратегії виходу з кризи для ринку туристичних послуг ЄС.

Постановка завдання. Метою дослідження є комплексна оцінка впливу туризму на економіку Європейського Союзу, зокрема аналіз його ролі у формуванні валового внутрішнього продукту (ВВП) та забезпеченні зайнятості населення. Дослідження має на меті виявлення ключових тен-

денцій розвитку туристичної галузі в країнах ЄС, визначення її вкладу в економічне зростання та соціальну стабільність регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Європа є ключовим гравцем на міжнародному ринку туризму. У 2019 р. 51% усіх туристичних прибуттів припало на Європу, а доходи від туристичних послуг досягли 39%. Інфраструктура Європи в туристичній сфері дуже розвинена: величезна кількість готелів, атракцій, ресторанів. Існує безліч зон для відпочинку – від пляжів до гірськолижних та спа-курортів. Європа також відзначається численними міжнародними туристичними маршрутами, великими інвестиціями в сектор та потужними міжрегіональними партнерствами [2, с. 21].

Таблиця 1

Частка загального внеску подорожей і туризму у ВВП у країнах-членах Європейського Союзу (ЄС 27) і Сполученому Королівстві (Великобританія) протягом 2019–2022 рр., у %

№ з/п	Країна ЄС	У % від ВВП			
		2019	2020	2021	2022
1	Хорватія	25,60	15,10	19,79	25,80
2	Греція	20,70	12,21	16,00	18,50
3	Португалія	17,30	10,21	13,37	15,80
4	Іспанія	14,10	8,32	10,90	13,60
5	Мальта	15	8,85	11,59	12,60
6	Кіпр	13,70	8,08	10,59	12,20
7	Італія	10,60	6,25	8,19	10,20
8	Австрія	10,80	6,37	8,35	9,50
9	Великобританія*	9,90	5,84	7,65	9,50
10	Нідерланди	10,80	6,37	8,35	9,40
11	Словенія	10,80	6,37	8,35	9,20
12	Німеччина	9,80	5,78	7,57	8,80
13	Естонія	12,30	7,26	9,51	8,70
14	Люксембург	9,80	5,78	7,57	8,50
15	Франція	8,40	4,96	6,49	8,20
16	Фінляндія	7,80	4,60	6,03	6,70
17	Швеція	7,10	4,19	5,49	6,70
18	Угорщина	8,30	4,90	6,42	6,60
19	Болгарія	9,90	5,84	7,65	6,50
20	Латвія	7,60	4,48	5,87	6,40
21	Данія	6,50	3,84	5,02	5,70
22	Румунія	6	3,54	4,64	5,50
23	Бельгія	5,50	3,25	4,25	4,70
24	Словаччина	6,30	3,72	4,87	4,60
25	Литва	6	3,54	4,64	4,20
26	Чеська Республіка	6,20	3,66	4,79	4
27	Польща	4,80	2,83	3,71	4
28	Ірландія	4,20	2,48	3,25	3

* Примітка: Великобританія вийшла з ЄС у січні 2020 р.

Джерело: сформовано авторами за даними [4]

Для деяких країн, таких як Чехія та Чорногорія, туризм є основним джерелом експортних надходжень. Спрощено кажучи, Європа визнана головним туристичним центром у світі. Більше ніж 75% її ринку належить країнам ЄС, з основними лідерами у Франції, Іспанії, Італії та Німеччині. Вони всі входять до переліку 10 головних світових напрямків за показниками туризму. Також слід відзначити, що сфера послуг у країнах ЄС є домінантною в економіці, займаючи 69,4% ВВП, у порівнянні з 28,4% виробничого сектору та 2,3% сільського господарства [3].

У 2022 р. загальний внесок подорожей і туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) в Європі був приблизно на 7,2% нижчим, ніж у 2019 р., за рік до початку пандемії коронавірусу (COVID-19). Загалом загальний внесок цих галузей у ВВП Європи склав близько 1,9 трлн дол. США у 2022 р., тоді як

у 2019 р. він сягнув майже 2,1 трлн дол. США [4].

У 2022 р. частка загального внеску подорожей і туризму у ВВП в країнах-членах Європейського Союзу (ЄС 27) і Сполученому Королівстві, за винятком Хорватії, залишалася нижчою за показники, повідомлені до початку пандемії коронавірусу (COVID-19). Загалом Хорватія була країною ЄС, де подорожі та туризм склали найбільшу частку валового внутрішнього продукту у 2022 р. Того року ці галузі створили, прямо чи опосередковано, майже 26 відсотків ВВП країни. Далі в рейтингу за 2022 р. йдуть Греція та Португалія, де подорожі та туризм становили 18,5% і 15,8% ВВП відповідно.

У 2022 р. загальна кількість робочих місць у сфері подорожей і туризму в Європі була приблизно на 8,5 % нижчою, ніж у 2019 р., за рік до початку пандемії коронавірусу (COVID-19). Зага-

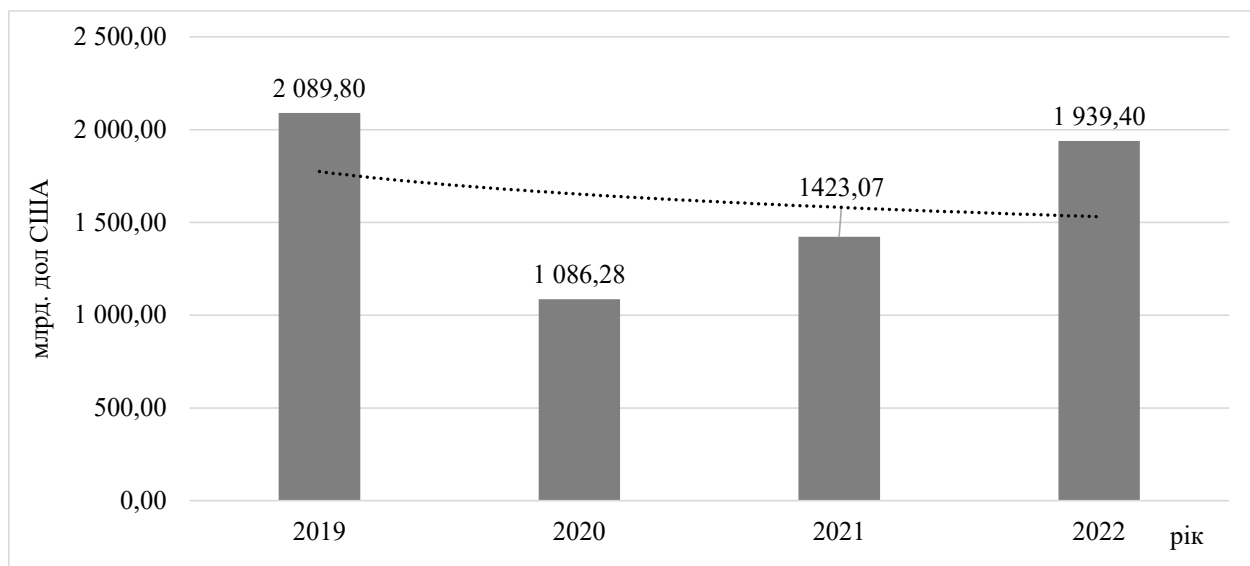


Рис. 1. Загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Європи протягом 2019–2022 рр. (у млрд дол. США)

Джерело: сформовано авторами за даними [5]

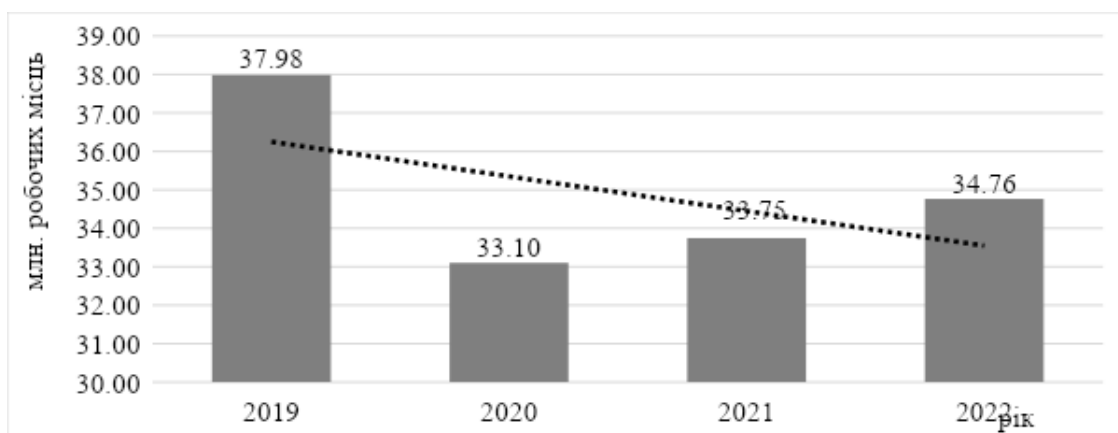


Рис. 2. Загальний внесок подорожей і туризму в зайнятість у Європі у 2019 та 2022 роках (у мільйонах робочих місць)

Джерело: сформовано авторами за даними [5]

лом у 2022 р. подорожі та туризм створили, прямо чи опосередковано, близько 34,76 мільйона робочих місць у регіоні.

Індустрія туризму швидко відновлюється після пандемії COVID-19. Загальна кількість ночей, проведених у місцях розміщення туристів у 2022 р., була близькою до рівня до пандемії (2,72 мільярда ночей у 2022 р. порівняно з 2,88 мільярда у 2019 р.; -5,6%). Це значне збільшення порівняно з кількістю ночей, проведених у 2020 та 2021 роках (1,42 мільярда у 2020 р., 1,83 мільярда у 2021 р.; +91,1% та +48,3% у 2022 р. відповідно) [6]. Протягом 2022 р. місячні показники туризму безперервно зростали й нарешті наблизилися до рівня відповідних місяців 2019 р. Порівняно з передлітнім першим півріччям 2019 р. (січень-червень) у той самий період 2022 р. кількість ночей при розміщенні туристів знизилася на 11,0%. В той самий час період липень-грудень був близьким до рівня 2019 р. (-1,9%).

Дані за 2022 р. також показують, що кількість ночей, проведених міжнародними гостями, наблизилася до рівня 2019 р. (1,19 мільярда ночей у 2022 р. порівняно з 1,36 мільярда ночей у 2019 р.; -12,6%). Це значне зростання порівняно з кількістю ночей, проведених іноземними туристами у 2020 та 2021 рр. (412,5 мільйонів ночей у 2020 р., 587,8 мільйона у 2021 р.; +188,8% та +102,6% у 2022 р. відповідно). Що стосується внутрішніх подорожей, дані за 2022 рік показують рекордну кількість проведених ночей у 1,53 мільярда, що на 10,9 мільйона більше ніж у 2019 р. (+0,7%) [8].

Серед країн ЄС кількість ночей, проведених внутрішніми та іноземними туристами, у 2022 р. порівняно з 2019 р. зросла в трьох державах-членах, де є дані: у Данії (38,4 мільйона ночей у 2022 р. порівняно з 34,3 мільйона у 2019 р.; +12,3%), Нідерландах (128,3 млн порівняно зі 123,4 млн; +3,9%)

і Бельгії (42,7 млн порівняно з 42,5 млн; +0,5%). Тим часом інші країни ще не повністю оговталися від впливу пандемії на туризм. Особливо це стосується Латвії (3,9 мільйона у 2022 р. порівняно з 5,5 мільйона у 2019 р.; -29,6%) і Словаччини (12,3 мільйона порівняно з 17,2 мільйона; -28,3%) [9].

Європа має попит серед туристів завдяки добре розвиненій туристичній інфраструктурі та величезному культурно-історичному спадку. Країни ЄС пропонують множинні види туризму: від традиційних, таких як екскурсійний або рекреаційний, до екстремальних. При цьому туристичний ринок Європи презентує широкий спектр цінових пропозицій, завдяки чому кожен турист може знайти оптимальний для себе варіант відпочинку [10]. У семи країнах сільська місцевість була привабливою для принаймні 1 з 3 в'їзних відпусток: Люксембург (51%), Ірландія (44%), Бельгія (43%), Італія (38%), Румунія (37%), Швеція (35%) та Нідерланди (33%). Європейці відзначають гори як одну з основних туристичних принад для 70% своїх відпусток до Австрії.

В останній час спостерігається зростання інтересу до заходів зі збереження довкілля. Крім того, Європа славиться високими стандартами життя та рівнем освіти громадян. Саме завдяки цьому на території країн ЄС акцентується увага на екологічному підході до розвитку туризму, що спрямований на сталий розвиток. Екологічний туризм сприймається як оптимальний варіант, протилежний масовим формам відпочинку, де ключовим принципом є відповідальне ставлення до природи [11, с. 125].

У державах ЄС любителі екотуризму активно відвідують національні парки. Основна мета таких парків – це підтримка відпочинку та здоров'я місцевих громадян, тому більшість туристів тут – місцеві жителі. Втім, в останній час спостерігається

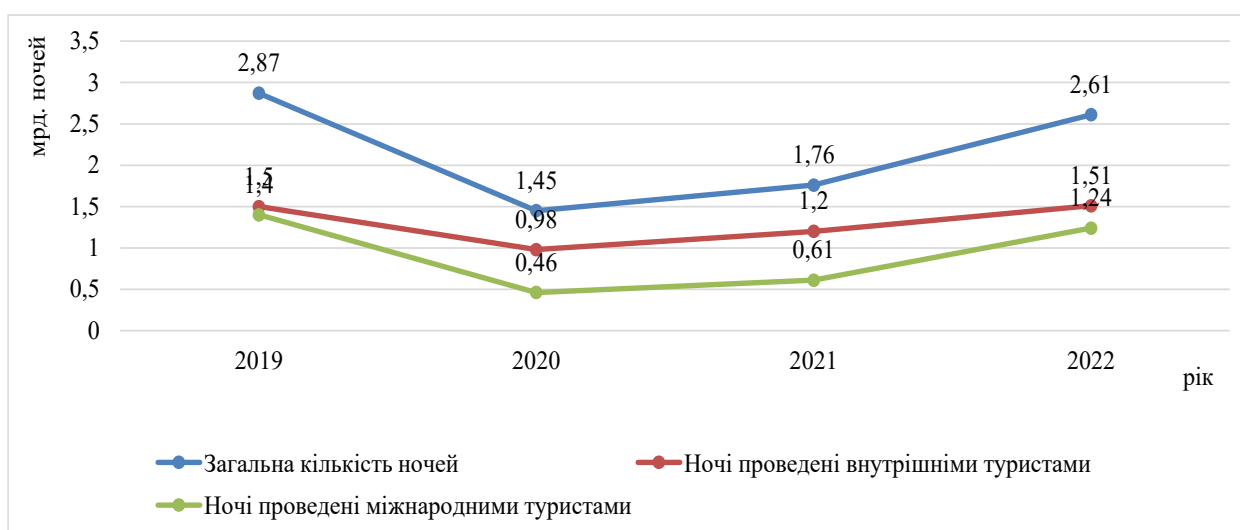


Рис. 3. Динаміка кількості ночей проведених туристами на території ЄС у період 2019–2022 рр., млрд ночей

Джерело: сформовано авторами за даними [7]

підвищення інтересу до парків і з боку іноземних туристів, особливо із сусідніх країн [12, с. 86–87].

Екологічний туризм має приносити безпосередній економічний внесок у проекти охорони природи та довкілля. Це може бути здійснено через оплату екскурсій, внески за вхід або благодійні пожертви, а також завдяки місцевим податкам. Важливо, щоб вигоди від екотуризму сприяли не тільки збереженню природи, але й підтримці місцевих громад [14].

З даних на рис. 4 видно, що показники європейського ринку екотуризму у 2020–2021 рр. були нижчими за результати 2019 року. Однак прогнозується, що до 2027 року ці обсяги зростуть до 135,52 млрд дол. США. Стратегія розвитку екологічного туризму спрямована на компенсацію дефіциту кількості мандрівників. Згідно з прогнозом, хоч ЄС отримує на 2,7% менше туристів, він все одно отримує на 7% більше прибутку. Завдяки цій моделі, країни ЄС отримують більше підприємців, більше МСП, які можуть запропонувати більше послуг для мандрівників і для всього сектору. Отже, відбувається створення більше ресурсів, більше робочих місць для туристичного сектору [7].

Після пандемії COVID-19 світ починає повертатися до звичайного ритму життя. Обмеження на переміщення значно зменшилися або вже не актуальні. Бізнес-туристи знову віддають перевагу Європі для проведення зустрічей та заходів. Попри те, що кількість туристів ще не досягла показників 2019 року, число бізнес-туристів росте. У 2021 р. ділові поїздки становили 15% всіх міжнародних туристів в ЄС та 12% за її межами. Всього 91,7 млн іноземних туристів приїхали в Європу з діловими цілями, з них 77,1 млн – до країн ЄС. Загальна кількість ділових поїздок на світовому рівні досягла 176 млн з 1239 млн загалом [8]. Кор-

поративний туризм відіграє ключову роль у деяких країнах Європи (рис. 5).

Ці дані підтверджують важливість туристичної галузі для економіки європейських держав. Туризм також відіграє ключову роль у стратегії ЄС, спрямованій на створення робочих місць та гарантування стабільного економічного зростання. На додачу до природних та культурних ресурсів, особливе місце в туристичній привабливості ЄС займає розвинений соціально-економічний рівень країн, а також система соціального захисту [14, с. 69]. Згідно з даними UNWTO, головні переваги Європи охоплюють інфраструктуру, культурну спадщину, різноманітність на обмеженій площі та можливість вільного пересування в рамках Шенгенського простору.

Стратегія розвитку туризму ЄС передбачає такі ключові напрямки:

- зміцнення конкурентних позицій туристичного сектору Європи;
- підтримка стійкого, відповідального та якісного туризму;
- формування позитивного іміджу Європи як дестинації для стійкого та якісного відпочинку;
- оптимізація використання фінансових ресурсів та інструментарію ЄС для підтримки туризму [15].

Під час пандемії європейська туристична галузь адаптувалася до викликів і невизначеностей. Наразі туризм в Європі активно відновлює свої позиції після COVID-19. Проте у найближчому майбутньому галузі потрібно буде залишатися гнучкою та резистентною, оскільки Європа зіткнулася з новими викликами, спричиненими російсько-українською війною.

У 2023 р. сектор подорожей і туризму в європейському регіоні, за оцінками «World Travel & Tourism Council», прискорить темпи відновлення

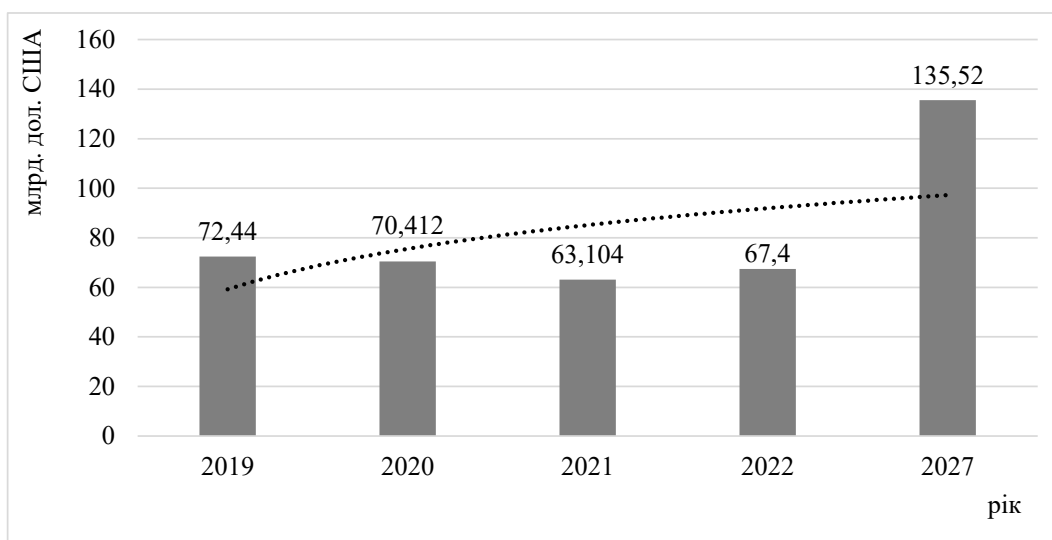


Рис. 4. Обсяги європейського ринку екотуризму у 2019–2022 рр. та прогноз на 2027 р., млрд дол. США

Джерело: сформовано авторами за даними [14]

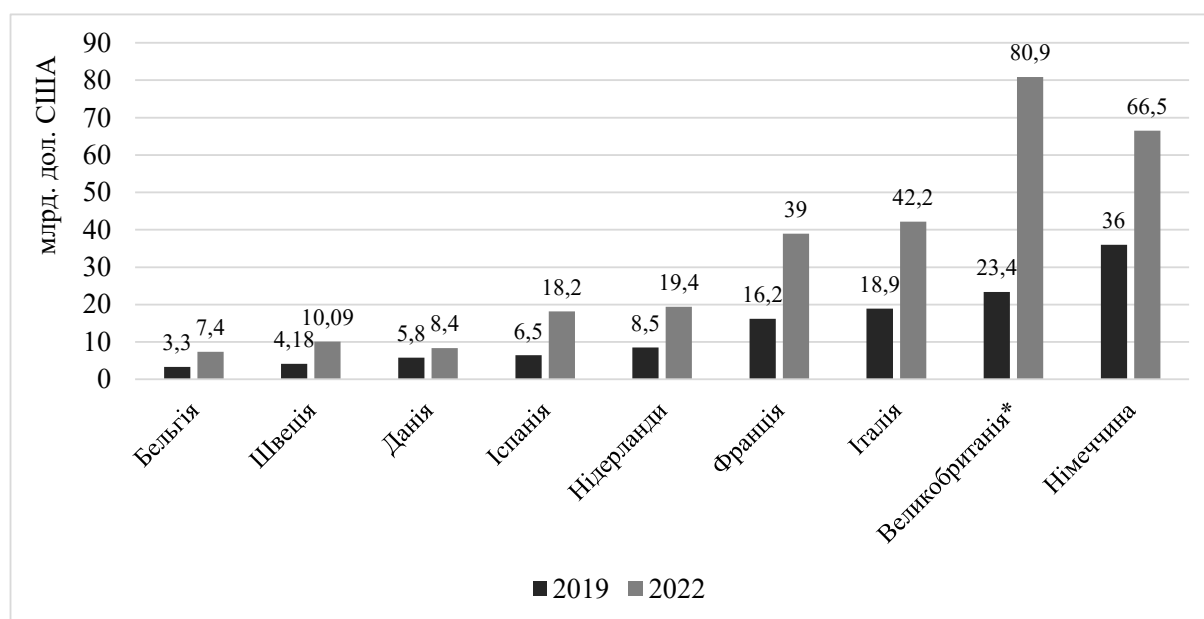


Рис. 5. Порівняльний аналіз витрат на діловий туризм в європейських країнах у 2019 та 2022 рр., млрд дол. США

* Примітка: Великобританія вийшла з ЄС у січні 2020 р.

Джерело: сформовано авторами за даними [8]

до 31,4% і майже досягне свого передпандемічного рівня до кінця 2023 р. Прогнозується, що протягом 2023–2024 рр. сектор зростатиме темпами у 3,3% на рік, випереджаючи очікуване зростання економіки регіону на 1,5%. До кінця 2023 р. в цьому секторі також буде створено майже 8 млн нових робочих місць порівняно з 2022 р. [9].

Прогнозується, що більшість країн в ЄС стабілізують свої макроекономічні показники до 2024–2025 рр. Зокрема, як очікується, у 2023 р. доходи від туризму у Франції складатимуть приблизно 3470 млн євро, а у 2024 р. – 3990 млн євро (рис. 6); в Іспанії – 3640 млн євро та 4340 млн євро відповідно; в Німеччині – 3711 млн євро та 3932 млн євро відповідно; в Італії – 2300 млн євро та 2700 млн євро відповідно; в Португалії – 850 млн євро та 980 млн євро відповідно; у Швейцарії – 3550 млн євро та 3555,5 млн євро відповідно; в Греції – 250 млн євро та 290 млн євро відповідно. Також прогнозується, що доходи в усіх сегментах туристичного ринку Австрії зростатимуть протягом 2023 р. та досягнуть або перевищать рівень доходів до пандемії до 2024 р. У Нідерландах, відповідно до очікувань, дохід демонструватиме річний темп зростання протягом 2023–2026 рр. на 16%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 11279 млн євро до 2026 р. На ринку подорожей та туризму 74% загального доходу буде отримано шляхом онлайн-продажів до 2026 р. [9].

На думку керівництва ряду країн-членів Європейського Союзу, вихід із кризи, спричиненої COVID-19,

повинен мати своїм результатом формування іншої економіки. Тому розглянемо стратегії провідних європейських держав, які вони впроваджують, щоб допомогти туристичному сектору вийти із кризового становища через вплив пандемії COVID-19.

1. Франція наразі є провідним туристичним напрямком у світі та ще має суттєвий потенціал можливостей для зростання з точки зору кількості відвідувачів і отриманого доходу. Тому її уряд вирішив запровадити національну стратегію розвитку туризму. Поліпшення місць прийняття туристів та надання послуг, що має стати національним пріоритетом, водночас забезпечуючи хорошу підготовку до подорожей (сприяння отриманню віз, збагачення туристичного контенту світових ЗМІ). План відновлення покликаний прискорити трансформацію європейських суспільств шляхом інвестування в зелений перехід, молодь, модернізацію системи охорони здоров'я та захист робочих місць. Маючи на це 750 млрд євро в бюджеті, план включає 390 млрд субсидій, призначених для регіонів і секторів, які найбільше постраждали від кризи [5].

2. Уряд Іспанії затвердив План відновлення країни, який передбачає важливі успіхи в модернізації її економічної та соціальної структури. План являє собою найбільші інвестиції й зусилля з реформування в країні з моменту її приєднання до колишнього Європейського економічного товариства 35 років тому. План відновлення базується на чотирьох стовпах: екологічний перехід, цифрова трансформація, гендерна рівність, соціальна та територіальна єдність. Ці осі будуть визначені

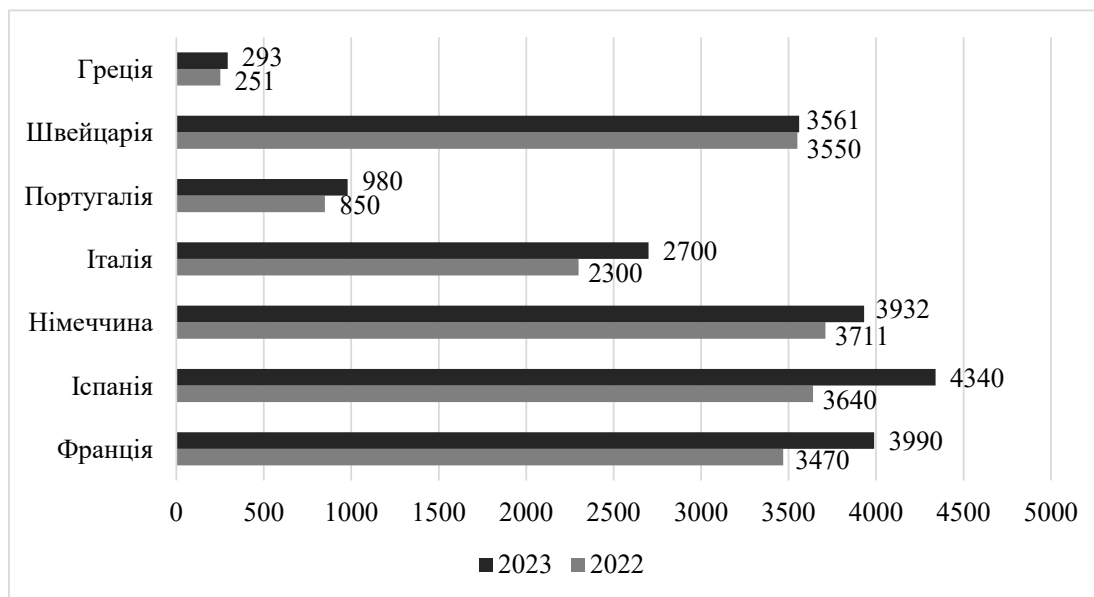


Рис. 6. Прогнозований дохід від міжнародного туризму в провідних європейських країнах протягом 2023–2024 рр., млн дол. США

Джерело: сформовано авторами за даними [16]

в кількох цілях, таких як: цифровізація понад мільйона МСП, навчання понад 2,6 млн людей цифровим навичкам, розширення широкопasmового доступу до інтернету для 100% населення, ефективно розгортання 5G, просування 165 стійких туристичних напрямків, відновлення понад мільйона будинків, створення парку з 250 000 електромобілів, розгортання понад 100 000 точок підзарядки та завершення залізничних коридорів від Атлантичного океану до Середземного моря. План містить 212 програм інвестицій і реформ, які Іспанія вже впроваджує значною мірою з 2023 р. Іспанія отримала понад 19 млрд євро у 2023 р., з яких 9 млрд – авансові платежі, а 10 млрд євро – до вже досягнутих етапів і цілей [4].

3. Реформи та інвестиції в плані відновлення допоможуть Німеччині стати більш стійкою та краще підготовленою до викликів і можливостей переходу на зелений та цифровий ринок. Для цього план складається з 40 заходів. Вони будуть підтримані грантами у розмірі 25,6 млрд євро. Принаймні 42% плану буде підтримувати кліматичні цілі, а 52% – сприятиме переходу на цифрові технології. План сприятиме економічному зростанню та створенню робочих місць. Це підвищить валовий внутрішній продукт Німеччини на 0,4%-0,7% до 2026 р. Цей підйом економіки дозволить отримати робочі місця для 135 тис. людей.

4. План відновлення Італії складається зі 132 інвестиційних проєктів та 58 реформ. Їм надають 68,9 млрд євро грантів і 122,6 млрд євро позик; 37,5% плану підтримує кліматичні цілі, а 25,1% плану – цифровий перехід. План сприятиме економічному зростанню та створенню

робочих місць. Очікується, що до 2026 р. валовий внутрішній продукт Італії підніметься на 1,5-2,5%. Цей підйом для економіки дозволить отримати робочі місця для 240 тис. людей. План відновлення і стійкості Італії підтримує зелений перехід з ключовими інвестиціями в енергоефективність житлових і громадських будинків (15,3 млрд євро), стійку мобільність (34 млрд євро), розвиток відновлюваних джерел енергії та кругової економіки, покращення управління відходами та водними ресурсами (11,2 млрд євро) [7].

5. План відновлення та стійкості Австрії відповідає нагальній потребі сприяння потужному відновленню та підготовці країни до майбутнього. Для цього план складається з 32 інвестиційних проєктів і 27 реформ. Вони будуть підтримані грантами в розмірі 3,46 млрд євро. 59% плану підтримуватимуть кліматичні цілі, а 53% плану сприятимуть цифровому переходу. План сприятиме економічному зростанню та створенню робочих місць. Це підвищить валовий внутрішній продукт Австрії на 0,4%-0,7% до 2027 р. Завдяки цьому підйому економіка отримає робочі місця для 14 тис. людей. План підтримує зелений перехід через інвестиції в розмірі 843 млн євро в стійку мобільність із транспортом з нульовими викидами та додаткові 543 млн євро на розширення електрифікованої транс'європейської залізничної мережі, включаючи її з'єднання з регіональними лініями.

6. Португальський план відновлення структурований навколо трьох основних стовпів: економічна та соціальна стійкість, кліматичні інвестиції та проєкти реформ, цифровий перехід. Це передбачає виплату ЄС Португалії 13,9 млрд євро у вигляді

грантів і 2,7 млрд євро у вигляді позик протягом періоду 2021–2026 рр., які будуть виділені на 83 важливі інвестиційні програми та 37 заходів реформ у різних сферах, таких як житло, медичні послуги, стійка мобільність, бізнес-допомога, транспортна інфраструктура, відновлювані джерела енергії тощо. Очікується, що план сприятиме активізації та розвитку португальської економіки, що прямо чи опосередковано створить інвестиційні можливості для фінансових установ та інших гравців приватного сектору [7; 8].

Підсумовуючи викладений матеріал, можна сказати, що відновлення туристичного ринку країн ЄС вже почалось і найближчим часом продовжиться. Однак, очікувати показників 2019 р. можна не раніше 2024–2025 рр. через появу нових штамів коронавірусу, подальше скорочення кількості українських та російських туристів, загальносвітову рецесію тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Визначено, що туризм у Європейському Союзі відіграє важливу роль в економічному розвитку, є однією з ключових галузей, яка формує доходи та забезпечує мільйони робочих місць. Аналіз показав, що вплив туризму на ВВП країн ЄС є значущим. Туристична діяльність сприяє зростанню економіки, зокрема через прямі інвестиції, стимулювання суміжних галузей та розвиток інфраструктури. Туризм активно впливає на ринок праці ЄС. Створення нових робочих місць у цій сфері сприяє зменшенню безробіття, допомагає залучати молодь та інші соціально вразливі групи населення. Європейський Союз є одним із найпопулярніших туристичних регіонів у світі, що підтверджує його здатність конкурувати на міжнародному рівні.

Визначено, що попри численні переваги, туризм також приносить виклики для ЄС, включаючи потребу в усталеному розвитку, розширенні інфраструктури та адаптації до глобальних змін. Для подальшого розвитку та стабілізації позицій ЄС на світовому туристичному ринку необхідно продовжувати інвестиції в галузь, зокрема в інноваційні проєкти, освіту та маркетинг. Рекомендується проводити регулярний моніторинг впливу туризму на економіку ЄС, щоб вчасно виявляти тенденції та адаптувати стратегії розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Florek I.B. The role of tourism in European Union – selected issues. *Journal of Modern Science*. 2018. Vol. 38(3). P. 41–52. DOI: <https://doi.org/10.13166/jms/95075>
2. Шуканова А. А., Федій О. А., Шуканов П. В. Особливості пристосування до умов пандемії суб'єктів туристичної діяльності. *Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 18/2021. С. 19–24. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.18.19>
3. Arlou S. International Tourism And Recreation Development Trends In 2022: New Tourism Trends. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*. 2022.

P. 3426–3431. DOI: <https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.S09.425> (дата звернення: 20.08.2023).

4. Tourism Satellite Accounts in Europe 2023 edition. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/16527548/KS-FT-22-011-EN-N.pdf/c0fa9583-b1c9-959a-9961-94ae9920e164?version=1.0&t=1681374355336> (дата звернення: 22.08.2023).

5. European Union Tourism Revenue. URL: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/europeanunion/tourism-revenue> (дата звернення: 22.08.2023).

6. UNWTO (The World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 19.08.2023).

7. Key figures on Europe 2023 edition. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/15216629/17177791/KS-EI-23-001-EN-N.pdf/5df7a393-8461-9270-7eaa-91a4b1c2acc6?version=2.0&t=1689583429855> (дата звернення: 21.08.2023).

8. European Tourism: Trends & Prospects. Quarterly report (Q2/2023). URL: https://etc-corporate.org/uploads/2023/07/ETC-Quarterly-Report-Q2-2023__Public.pdf (дата звернення: 21.08.2023).

9. WTTC (The World Travel & Tourism Council). URL: <https://wttc.org/> (дата звернення: 21.08.2023).

10. Maria-Irina Ana. Tourism industry in the new Europe: trends, policies and challenges. Proceedings of the International Conference on Business Excellence. 2017. № 11. DOI: <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0053>

11. Лебедев І. В. Нормативно-правове регулювання діяльності туристичних підприємств в Європейському Союзі. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. 45. С. 121–127. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct45-20> (дата звернення: 21.08.2023).

12. Бордун О.Ю. Формування та оптимізація геопросторової системи туристичних потоків: міжнародний, національний, регіональний та локальний рівні : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 344 с.

13. The European market potential for ecotourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/ecotourism/market-potential> (дата звернення: 22.08.2023).

14. Македон В.В., Валіков В.П., Рябик Г.Є. Розвиток світового ринку ділових інтелектуальних послуг під впливом економіки 4.0. *Нобелівський вісник*. 2019. № 1. С. 59–72. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7> (дата звернення: 21.08.2023).

15. Weidmann S., Filep S., & Lovelock B. How are tourism businesses adapting to COVID-19? Perspectives from the fright tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*. 2022. № 23(1). P. 121–126. DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584221085217> (дата звернення: 21.08.2023).

16. Eurocontrol Forecast Update 2023-2029. URL: <https://www.eurocontrol.int/sites/default/files/2023-03/eurocontrol-seven-year-forecast-2023-2029-spring-2023.pdf> (дата звернення: 20.08.2023).

REFERENCES:

1. Florek, I. B. (2018) The role of tourism in European Union – selected issues. *Journal of Modern Science*, vol. 38(3), pp. 41–52. DOI: <https://doi.org/10.13166/jms/95075>
2. Shukanova, A. A., Fediy, O. A., Shukanov, P. V. (2021) Osoblyvosti prystosuvannya do umov pandemiyi sub'yektiv turystychnoyi diyalnosti [Peculiarities of adap-

tation to pandemic conditions of subjects of tourist activity]. *Ekonomichna nauka. Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, no. 18, pp. 19–24. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.18.19>

3. Arlou, S. (2022) International Tourism And Recreation Development Trends In 2022: New Tourism Trends. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, pp. 3426–3431. DOI: <https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.S09.425>

4. Tourism Satellite Accounts in Europe 2023 edition. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/16527548/KS-FT-22-011-EN-N.pdf/c0fa9583-b1c9-959a-9961-94ae9920e164?version=1.0&t=1681374355336> (accessed 22 August 2023).

5. European Union Tourism Revenue. Available at: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/europeanunion/tourism-revenue> (accessed 22 August 2023).

6. UNWTO (The World Tourism Organization). Available at: <https://www.unwto.org/> (accessed 19 August 2023).

7. Key figures on Europe 2023 edition. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/15216629/17177791/KS-EI-23-001-EN-N.pdf/5df7a393-8461-9270-7eaa-91a4b1c2acc6?version=2.0&t=1689583429855> (accessed 21 August 2023).

8. European Tourism: Trends & Prospects. Quarterly report (Q2/2023). Available at: https://etc-corporate.org/uploads/2023/07/ETC-Quarterly-Report-Q2-2023___Public.pdf (accessed 21 August 2023).

9. WTTC (The World Travel & Tourism Council). Available at: <https://wttc.org/> (accessed 21 August 2023).

10. Maria-Irina, Ana (2017) Tourism industry in the new Europe: trends, policies and challenges. Proceedings of the International Conference on Business Excel-

lence. DOI at: <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0053> (accessed 21 August 2023).

11. Lebedyev I.V. (2020) Normativno-pravove rehulyuvannya diyal'nosti turystychnykh pidpryyemstv v Yevropeyskomu Soyuzi [Normative and legal regulation of tourism enterprises in the European Union.]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy*, vol. 45, pp. 121–127. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct45-20>

12. Bordun O.Yu. (2019) Formuvannia ta optymizatsiia heoprostorovoi systemy turystychnykh potokiv: mizhnarodnyi, natsionalnyi, rehionalnyi ta lokalnyi rivni [Formation and optimization of geospatial system of tourist flows: international, national, regional and local levels]. Lviv: LNU imeni Ivana Franka, 344 p. (in Ukrainian).

13. The European market potential for ecotourism. Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/ecotourism/market-potential> (accessed 22.08.2023).

14. Makedon V.V., Valikov V.P., Ryabyk G.E. (2019) Rozvytok svitovoho rynku dilovykh intelektual'nykh posluh pid vplyvom ekonomiky 4.0 [Development of the world market of business intellectual services under the influence of economy 4.0]. *Nobel Herald*, no. 1, pp. 59–72. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7>

15. Weidmann, S., Filep, S., & Lovelock, B. (2022) How are tourism businesses adapting to COVID-19? Perspectives from the freight tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, vol. 23(1), pp. 121–126. DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584221085217>

16. Eurocontrol Forecast Update 2023-2029. Available at: <https://www.eurocontrol.int/sites/default/files/2023-03/eurocontrol-seven-year-forecast-2023-2029-spring-2023.pdf> (accessed 20 August 2023).