

Рошко С.М.

*кандидатка філологічних наук, доцент,
доцентка кафедри міжнародних економічних відносин
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Рішко О.Р.

*магістрантка
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Roshko Svitlana

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of International Economic Relations
State University “Uzhhorod National University”*

Rishko Oleksandra

*Master Student
State University “Uzhhorod National University”*

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОВІДНИХ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Анотація. У статті проведено ґрунтовний аналіз діяльності провідних міжнародних туристичних компаній на світовому ринку туристичних послуг за період 2021–2024 років. Окрема увага приділяється стратегіям виходу з кризи, спричиненої пандемією COVID-19, зокрема шляхам адаптації туристичних компаній до нових реалій бізнесу. Проаналізовано фінансові показники та операційні стратегії таких гравців, як TUI Group, Expedia Group та Booking Holdings. Вивчено ключові тенденції розвитку міжнародного туризму, включаючи динаміку змін попиту в різних регіонах світу, особливості поведінки споживачів та фактори, що впливають на вибір туристичних послуг. Значну увагу приділено впливу діджиталізації, включаючи онлайн-бронювання, використання мобільних додатків і впровадження інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, на підвищення конкурентоспроможності компаній. Розглянуто також нові підходи до сталого розвитку у сфері туризму, які впливають на бізнес-моделі та формування нових стратегій міжнародних підприємств, орієнтованих на забезпечення екологічної та соціальної відповідальності.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні компанії, світовий ринок, COVID-19, діджиталізація, інновації, туристичні послуги.

Вступ та постановка проблеми. Світовий ринок туристичних послуг є одним із найважливіших сегментів глобальної економіки, який суттєво впливає на соціально-економічний розвиток країн, сприяє розвитку міжкультурних відносин, створенню робочих місць і залученню інвестицій. До пандемії COVID-19 індустрія туризму демонструвала стабільне зростання, проте після 2020 року галузь зазнала значних викликів, викликаних закриттям кордонів, обмеженням пересування та зміною споживчих настроїв. Незважаючи на ці труднощі, з 2021 року ринок поступово почав відновлюватися завдяки впровадженню нових технологій, адаптації компаній до нових умов та підвищенню гнучкості послуг.

Провідні міжнародні туристичні компанії, такі як TUI Group, Expedia Group та Booking Holdings, грають ключову роль у відновленні туристичного сектору. Їх діяльність відображає загальні тенденції та виклики, з якими стикається світовий ринок туристичних послуг. Вони активно впроваджують інноваційні рішення, зокрема, цифрові платформи,

мобільні додатки, штучний інтелект, аналіз великих даних, а також безконтактні технології, що дозволяють підвищити ефективність роботи та покращити клієнтський досвід. Особливу роль відіграє розвиток гнучких умов бронювання та підвищення стандартів безпеки, що стали ключовими факторами для відновлення довіри клієнтів до туристичних компаній.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що діяльність міжнародних туристичних компаній є індикатором загальних тенденцій розвитку світового ринку туристичних послуг. Аналіз їх стратегій, адаптації до нових умов та впровадження інноваційних рішень дозволяє глибше зрозуміти процеси, які відбуваються в індустрії туризму, а також прогнозувати подальші напрями розвитку туристичного ринку. Пандемія COVID-19 суттєво змінила структуру туристичного ринку, тому важливо дослідити, як компанії реагують на нові виклики, які стратегії використовують для залучення нових клієнтів та відновлення обсягів туризму, а також яким чином інновації впливають на зміну бізнес-моделей. У науковому дослідженні також розглянуто ключові зміни,

що відбулися в діяльності компаній за цей період, зокрема цифровізацію, впровадження нових технологій, адаптацію до нових умов ринку та зміну споживчих уподобань.

Результати дослідження дозволять не лише проаналізувати поточний стан туристичного ринку, але й виділити основні напрями розвитку індустрії в найближчі роки, зокрема у контексті застосування інноваційних технологій та адаптації до нових умов функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукове дослідження побудоване на оцінці діяльності міжнародних підприємств на ринку туристичних послуг провідними міжнародними туристичними компаніями: TUI Group [2; 7], Expedia Group [3; 15], Booking Holdings [4; 6], а також міжнародними консалтинговими компаніями, наприклад: McKinsey & Company [8]. Вплив інновацій та цифрових технологій на розвиток туризму проаналізовано також у публікаціях PhocusWire [9], Skift [10], Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC) [11, 13] та Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) [12]. Також вітчизняні науковці, які досліджували дану тему: Глубоченко К.О. та Дорошенко О.М. провели аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг, Атаманчук З. А. було розглянуто глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму було проаналізовано в роботі Калініченко С., Грібіник А., Аврята А.

Метою статті є аналіз діяльності провідних міжнародних туристичних компаній на світовому ринку туристичних послуг у період 2021–2024 років із акцентом на їхні інноваційні стратегії.

Туризм становить один із впливових чинників престижу країни, зростання її значення в масштабах світової спільноти та позитивного сприйняття пересічними громадянами. Туристичний ринок вважається досить чутливим, оскільки швидко реагує як на зміну туристичного попиту, так і пропозиції. Так само гостро він реагує і на зміни зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціальні фактори) [1].

Результати дослідження. 2021 рік став переломним у відновленні діяльності провідних міжнародних туристичних компаній після спаду у 2020 році. Однією з ключових тенденцій було збільшення інвестицій у цифрові сервіси та технології, що дозволило компаніям забезпечити безпечну та комфортну взаємодію з клієнтами.

У 2021 році відзначалося поступове відновлення міжнародного туризму, що підтверджується фінан-

совими показниками найбільших гравців ринку. TUI Group та Booking Holdings продемонстрували найбільші темпи зростання виторгу, що пов'язано зі збільшенням кількості бронювань і зростанням попиту на подорожі (табл. 1).

Для багатьох країн світу пріоритетною сферою економіки сьогодні стає саме міжнародний туризм, що сприяє всебічному сталому економічному розвитку, соціальному залученню, зростанню зайнятості та подоланню бідності, ефективному використанню ресурсів, охороні навколишнього середовища, розвитку міжкультурних комунікацій, миру та безпеки як важливих компонент суспільної взаємодії світового масштабу [5].

Інноваційні стратегії стали ключовим елементом адаптації туристичних компаній до нових умов ринку, що склалися після пандемії COVID-19. Сучасні технології та цифрові рішення не лише допомогли компаніям залишитися конкурентоспроможними, але й значно змінили спосіб взаємодії з клієнтами та підходи до організації туристичних послуг.

Однією з основних тенденцій останніх років є перехід туристичних компаній на цифрові платформи, що дозволяє їм ефективніше працювати на глобальному ринку. Великі гравці, такі як Expedia Group, Booking Holdings та TUI Group, активно інвестують у цифрові сервіси, онлайн-платформи та мобільні додатки. Наприклад, Booking Holdings інвестувала значні кошти у розвиток свого мобільного додатку, який став основним інструментом взаємодії з клієнтами. До 2023 року понад 70% бронювань на платформі Booking.com здійснювалися через мобільні пристрої. Крім стандартних функцій бронювання, додаток пропонує користувачам персоналізовані рекомендації, які генеруються за допомогою штучного інтелекту (ШІ). Ця технологія аналізує попередні вподобання клієнтів, їхні геолокаційні дані та інші фактори для створення індивідуальних пропозицій, що підвищують рівень задоволеності клієнтів та лояльність до бренду [6].

Expedia Group також робить ставку на розвиток мобільних технологій. Компанія запустила вдосконалену мобільну платформу, яка дозволяє клієнтам не лише бронювати готелі та авіаквитки, але й отримувати рекомендації щодо місць для відвідування, ресторанів та інших послуг на основі місцевих умов і відгуків. Платформа підтримує функції автоматизації процесу бронювання та післяпродажного обслуговування, що знижує потребу в людських ресурсах і підвищує ефективність роботи. Крім того, Expedia

Таблиця 1

Фінансові показники провідних туристичних компаній

Компанія	Виторг у 2021 році, млрд дол. США	Виторг у 2022 році, млрд дол. США	Виторг у 2023 році, млрд дол. США
TUI Group	10.1	16.5	18.6
Expedia Group	8.6	12.1	14.3
Booking Holdings	10.8	15.4	18.2

Джерело: складено авторами на основі даних [2–4]

Group розробила хмарні рішення для оптимізації внутрішніх процесів, зокрема управління ланцюгами постачання та ресурсами. Це дозволяє значно знизити витрати на управління та покращити ефективність логістичних операцій.

Штучний інтелект (ШІ) та автоматизація стали одними з найважливіших технологічних напрямків розвитку в індустрії туризму. TUI Group, один із лідерів туристичного ринку, активно використовує ШІ для поліпшення клієнтського досвіду та оптимізації операційних процесів. Зокрема, компанія впровадила автоматизовані системи підтримки клієнтів, що дозволяють знижувати навантаження на колл-центри та забезпечувати миттєву відповідь на типові запити клієнтів. Штучний інтелект також використовується для персоналізації пропозицій, зокрема для створення індивідуальних турів та маршрутів на основі уподобань клієнта.

Іншим важливим нововведенням, що набуло популярності у 2021–2024 роках, стало використання віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) у туризмі. Ці технології дозволяють клієнтам «відвідати» місце ще до реальної подорожі, що значно покращує їхню взаємодію з туристичними компаніями. Так, TUI Group розробила платформу віртуальних турів, яка дозволяє користувачам переглядати туристичні об'єкти за допомогою VR-технологій. Це не лише підвищує зацікавленість клієнтів у певних напрямках, але й дає змогу підвищити прозорість послуг і впевненість клієнтів у виборі [7].

Збір та аналіз великих масивів даних (Big Data) є ще одним ключовим елементом інноваційних стратегій туристичних компаній. Booking Holdings та Expedia Group активно використовують Big Data для аналізу ринкових трендів, прогнозування попиту та управління цінами. Зокрема, на основі даних про попередні бронювання, коливання цін та поведінку користувачів компанії можуть ефективніше планувати свої маркетингові кампанії та оптимізувати ціни [8].

Крім того, за допомогою аналітики Big Data компанії можуть виявляти нові туристичні тренди та швидко адаптувати свої пропозиції під мінливі вподобання клієнтів. Це дозволяє не лише підвищити ефективність продажів, але й покращити клієнтський досвід.

Також важливим елементом стали інновації у сфері безпеки та гігієни. Пандемія COVID-19 також спричинила серйозні зміни у вимогах до безпеки подорожей. Компанії були змушені впроваджувати нові стандарти та інноваційні рішення для забезпечення безпеки своїх клієнтів. Однією з таких

інновацій стало запровадження безконтактних технологій та послуг. Booking Holdings і Expedia Group активно впроваджували безконтактні рішення, що включають автоматизоване поселення в готелі без необхідності фізичного контакту з персоналом, використання цифрових ключів на основі QR-кодів та можливість здійснення платежів через мобільні додатки. Такі рішення не лише знижують ризик зараження, але й роблять подорожі більш зручними для клієнтів [9].

Окрім того, багато компаній почали пропонувати нові види страхування, що покривають ризики, пов'язані з COVID-19. Це дозволяє клієнтам почуватися впевненіше під час планування подорожей та зменшує ймовірність скасування поїздок через непередбачені обставини.

Гнучкість у бронюванні та страхуванні стали важливою інновацією. Через високий рівень невизначеності багато клієнтів почали вимагати від туристичних компаній більш гнучких підходів до організації подорожей. Це включає можливість змінювати або скасовувати бронювання без штрафів, що стало важливим конкурентним фактором на ринку [10].

TUI Group запровадила нову політику гнучких бронювань, що дозволяє клієнтам вносити зміни до своїх планів без додаткових витрат за певний період часу до поїздки. Аналогічно, Booking Holdings почала пропонувати клієнтам можливість безкоштовного скасування бронювань або зміни дат поїздки в залежності від умов конкретної пропозиції. Це дозволило зберегти довіру клієнтів та зменшити кількість скасувань бронювань через непередбачувані обмеження.

Таким чином, інноваційні стратегії провідних міжнародних туристичних компаній дозволили їм адаптуватися до нових реалій та підвищити конкурентоспроможність на ринку. Цифрові технології, штучний інтелект, Big Data та нові рішення в сфері безпеки і гігієни стали основними інструментами, які допомогли компаніям не лише пережити кризу, але й зміцнити свої позиції на глобальному туристичному ринку [11].

Розглянемо тенденції попиту на туристичні послуги у 2021–2024 роках.

За даними Світової туристичної організації (UNWTO), міжнародний туризм демонструє стійке зростання після падіння, викликаного пандемією. Найбільше зростання попиту спостерігається у таких регіонах, як Європа та Північна Америка. Водночас Азійсько-Тихоокеанський регіон, попри запроваджені обмеження, також демонструє позитивну динаміку відновлення (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка міжнародних туристичних прибуттів за регіонами у 2021–2023 роках

Регіон	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Європа	275	425	490
Північна Америка	150	225	310
Азійсько-Тихоокеанський регіон	90	140	220

Джерело: складено авторами на основі даних [12]

Однією з головних тенденцій, яка домінувала у період з 2021 року, стало значне зростання інтересу до внутрішнього туризму. Через обмеження на міжнародні поїздки багато країн почали активно підтримувати внутрішні туристичні напрямки. Наприклад, у країнах Європи, таких як Італія, Франція та Іспанія, держави впроваджували програми підтримки внутрішнього туризму, щоб компенсувати втрати через зменшення кількості іноземних туристів.

За даними UNWTO (2023), у 2021 році більшість туристичних поїздок у Європі та Азії були внутрішніми, що стало безпрецедентним результатом для цих регіонів. В Україні, зокрема, популярність Карпатського регіону та морських курортів значно зросла, що обумовлено як обмеженнями на виїзд, так і прагненням людей досліджувати рідні території [12].

Також зростання попиту на оздоровчий туризм було значним у цей період. Споживачі все більше надавали перевагу напрямкам, які пропонують медичні або оздоровчі послуги, зокрема спа-курорти, санаторії та спеціалізовані оздоровчі програми. За даними WTTC (2023), оздоровчий туризм показав зростання на 20% порівняно з допандемічним періодом [13].

Ще одним помітним трендом стало зростання інтересу до віддалених та екологічно чистих місць. Мандрівники прагнули уникати великих скупчень людей і шукали менш відвідувані напрямки, де можна було безпечно відпочити на природі. Це підвищило популярність еко-туризму, особливо у таких регіонах, як Скандинавія, Південна Америка та Карпати.

За даними PhocusWire (2022), запити на подорожі до місць, які позиціонуються як екологічно чисті, зросли на 35% у 2022 році порівняно з 2019 роком. Це пов'язано з тим, що люди почали більше цінувати природу та здоровий спосіб життя після пандемії, шукаючи можливості для еко-туризму та пригодницького відпочинку [9].

Варто зазначити, що цифрова трансформація стала одним із ключових чинників розвитку туристичних послуг у період після пандемії. Онлайн-платформи, такі як Expedia та Booking.com, активізували свої зусилля у впровадженні інновацій для покращення взаємодії з клієнтами.

Технології також можуть відслідковувати активність туристів на конкретній території, надаючи стейкхолдерам дестинації важливу інформацію про точки найбільшого інтересу, підтримувати туристів до та під час їх візиту, роблячи їх перебування

зручнішим та незабутнім. Тут особливо важливою є роль мобільних додатків, які використовують туристи. Їхня кількість постійно зростає, збігаючись із загальною тенденцією зростання витрат користувачів на мобільні додатки.

Крім того, використання інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг, оскільки процеси організації, управління та контролю за авіап перевезеннями реалізуються за допомогою електронних систем, що допомагають спланувати логістику подорожі [14].

Expedia активно розвивала хмарні технології для оптимізації внутрішніх процесів і покращення користувацького досвіду, а також інтегрувала рішення для підтримки мобільних платформ, що дозволило збільшити частку мобільних бронювань до 60% у 2023 році [15].

Незважаючи на значний прогрес у відновленні туристичного бізнесу, основними викликами залишаються нестабільна економічна ситуація, регуляторні обмеження у деяких країнах, а також непередбачувані зміни у поведінці споживачів. Для подальшого розвитку компаніям доведеться зосередитись на впровадженні гнучких бізнес-моделей та підвищенні стійкості до криз.

Висновки. Світовий ринок туристичних послуг, який сильно постраждав під час пандемії, починає поступово відновлюватися завдяки активному впровадженню інноваційних технологій. Провідні міжнародні компанії, такі як TUI Group, Expedia Group та Booking Holdings, відіграють вирішальну роль у цьому процесі. Їхні зусилля у цифровізації, автоматизації та використанні штучного інтелекту значно сприяли насамперед підвищенню ефективності операцій і поліпшенню клієнтського досвіду.

Одним із важливих елементів відновлення стала цифрова трансформація, яка дозволила автоматизувати процеси бронювання і персоналізувати послуги для споживачів. Це підвищило зручність та безпеку взаємодії з туристичними платформами. Мобільні додатки та інші технології, засновані на штучному інтелекті, покращили лояльність клієнтів і дозволили компаніям зберегти конкурентоспроможність.

Зростаючий попит на внутрішній туризм, екологічні та оздоровчі подорожі став ще одним важливим трендом у післяпандемічний період. Такі зміни у споживчих вподобаннях, разом із новими технологіями, допомагають компаніям не тільки відновити обсяги туризму, але й знайти нові можливості для подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Глубоченко К.О., Дорошенко О.М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 71–75. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/30-2021/glubochenko.pdf> (дата звернення: 15.10.2024).
2. TUI Group. Річний звіт 2023 року. URL: <https://www.tuigroup.com/en-en/investors/annual-reports> (дата звернення: 15.10.2024).
3. Expedia Group. Річні фінансові звіти. URL: <https://www.expediagroup.com/investors/financial-reports/> (дата звернення: 15.10.2024).
4. Booking Holdings. Відносини з інвесторами. URL: <https://ir.bookingholdings.com/overview/default.aspx> (дата звернення: 15.10.2024).

5. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *БізнесІнформ*. 2020. № 4. URL: https://www.researchgate.net/publication/342237353_Global_Trends_of_the_International_Tourism_Development_in_the_Structure_of_the_World_Market_of_Services/fulltext/5ee105a458515814a6582f4/Global-Trends-of-the-International-Tourism-Development-in-the-Structure-of-the-World-Market-of-Services.pdf (дата звернення: 15.10.2024).
6. Booking Holdings. Річний звіт 2023 року. URL: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx> (дата звернення: 15.10.2024).
7. TUI Group. Інновації та цифровізація в туризмі. URL: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/stories/special-themed-section/digitalisation-and-innovation> (дата звернення: 15.10.2024).
8. McKinsey & Company. Майбутнє туризму: Інновації та цифрова трансформація. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/future-of-tourism-bridging-the-labor-gap-enhancing-customer-experience> (дата звернення: 15.10.2024).
9. PhocusWire. Як ШІ формує майбутнє туризму. URL: <https://www.phocuswire.com/power-data-ai-distribution-digital-marketing-hospitality> (дата звернення: 15.10.2024).
10. Skift. Безконтактний туризм: зростання технологій без дотиків у туризмі. URL: <https://skift.com/2020/06/04/contactless-tech-promises-to-be-travels-next-big-thing-whats-real-and-whats-hype/> (дата звернення: 15.10.2024).
11. Всесвітня рада з подорожей та туризму (WTTC). Глобальні тренди в інноваціях у туризмі. URL: <https://wtcc.org/research/trends-and-reports/global-tourism-innovation-report-2023> (дата звернення: 15.10.2024).
12. UNWTO. Вплив цифровізації на глобальну індустрію туризму. URL: <https://www.unwto.org/digital-transformation> (дата звернення: 16.10.2024).
13. WTTC. Дослідження економічного впливу. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (дата звернення: 16.10.2024).
14. Калініченко С., Грібнік А., Аврята А. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. *Моделювання розвитку економічних систем*. URL: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/download/158/138/357> (дата звернення: 16.10.2024).
15. Expedia Group Inc. – Стратегії цифрової трансформації. URL: <https://www.globaldata.com/store/report/expedia-group-inc-enterprise-tech-analysis/> (дата звернення: 16.10.2024).

References:

1. Hlubochenko K. O., Doroshenko O. M. (2021). Analiz suchasnoho stanu rynku ta perspektyvy turystychnykh posluh v Ukraini. *Modern Economics*, 30, 71–75. Available at: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/30-2021/glubochenko.pdf> (accessed October 15, 2024).
2. TUI Group. (2023). Richnyi zvit 2023 roku [Annual Report 2023]. Available at: <https://www.tuigroup.com/en-en/investors/annual-reports> (accessed October 15, 2024).
3. Expedia Group. (2023). Richni finansovi zvity [Annual Financial Statements]. Available at: <https://www.expediagroup.com/investors/financial-reports/> (accessed October 15, 2024).
4. Booking Holdings. (2023). Vidnosyny z investoramy [Investor Relations]. Available at: <https://ir.bookingholdings.com/overview/default.aspx> (accessed October 15, 2024).
5. Atamanchuk Z. A. (2020). Hlobal'ni tendentsiyi rozvytku mizhnarodnoho turyzmu v strukturі svitovoho rynku posluh. *BiznesInform*, № 4. Available at: https://www.researchgate.net/publication/342237353_Global_Trends_of_the_International_Tourism_Development_in_the_Structure_of_the_World_Market_of_Services/fulltext/5ee105a458515814a6582f4/Global-Trends-of-the-International-Tourism-Development-in-the-Structure-of-the-World-Market-of-Services.pdf (accessed October 15, 2024).
6. Booking Holdings. (2023). Richnyi zvit 2023 roku [Annual Report 2023]. Available at: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx> (accessed October 15, 2024).
7. TUI Group. (2022). Innovatsii ta tsyfrovizatsiia v turyzmi [Innovation and Digitalization in Tourism]. Available at: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/stories/special-themed-section/digitalisation-and-innovation> (accessed October 15, 2024).
8. McKinsey & Company. (2022). Maibutnie turyzmu: Innovatsii ta tsyfrova transformatsiia [The Future of Tourism: Innovations and Digital Transformation]. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/future-of-tourism-bridging-the-labor-gap-enhancing-customer-experience> (accessed October 15, 2024).
9. PhocusWire. (2022). Yak Shtuchnyi Intelekt formuie t maibutnie turyzmu [How AI Are Shaping the Future of Tourism]. Available at: <https://www.phocuswire.com/power-data-ai-distribution-digital-marketing-hospitality> (accessed October 15, 2024).
10. Skift. (2022). Bezkontaktnyi turyzm: zrostannia tekhnolohii bez dotykiv u turyzmi [Contactless Travel: The Rise of Touch-Free Technologies in Tourism]. Available at: <https://skift.com/2020/06/04/contactless-tech-promises-to-be-travels-next-big-thing-whats-real-and-whats-hype/> (accessed October 15, 2024).
11. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2023). Holobal'ni trendy v innovatsiiakh u turyzmi [Global Trends in Tourism Innovation]. Available at: <https://wtcc.org/research/trends-and-reports/global-tourism-innovation-report-2023> (accessed October 15, 2024).
12. UNWTO. (2023). Vplyv tsyfrovizatsiyi na holovnu industriyu turyzmu [The Impact of Digitalization on the Global Tourism Industry]. Available at: <https://www.unwto.org/digital-transformation> (accessed October 16, 2024).

13. WTTC (2023). *Doslidzhennya ekonomichnoho vplyvu* [Economic Impact Research]. Available at: <https://wttc.org/research/economic-impact> (accessed October 16, 2024).
14. Kalinichenko S., Hribnyk A., Avryata A. *Vplyv tsyfrovizatsiyi turystychnoyi infrastruktury na rozvytok rehional'noho turyzmu. Modelyuvannya rozvytku ekonomichnykh system*. Available at: <https://mdes.khmn.edu.ua/index.php/mdes/article/download/158/138/357> (accessed October 16, 2024).
15. Expedia Group Inc. *Stratehiyi tsyfrovoyi transformatsiyi* [Digital Transformation Strategies]. Available at: <https://www.globaldata.com/store/report/expedia-group-inc-enterprise-tech-analysis/> (accessed October 16, 2024).

ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF LEADING INTERNATIONAL TOURISM COMPANIES ON THE GLOBAL TOURISM MARKET

Summary. The global tourism industry has faced unprecedented challenges during the COVID-19 pandemic, causing a significant downturn in the activities of major international tourism companies. However, from 2021 to 2024, these companies began to recover by implementing various strategies and adapting to the new realities of the tourism business. This article focuses on the analysis of leading international tourism companies such as TUI Group, Expedia Group, and Booking Holdings, highlighting their performance, innovations, and digital transformation during the recovery period. The first key aspect of the recovery was the gradual re-emergence of demand for travel services as global restrictions eased. This period witnessed a notable shift towards digital platforms and online services as companies sought to improve the customer experience and streamline operations. For instance, TUI Group introduced virtual tours and consultations to provide customers with a seamless booking process, while Booking Holdings expanded its mobile application to offer more personalized recommendations using artificial intelligence. Digitalization was key to the tourism sector's recovery post-pandemic. Companies that prioritized online services and mobile apps adapted to shifting consumer preferences for contactless services and online booking. Expedia Group, for example, invested in cloud-based solutions and mobile-friendly platforms, leading to mobile bookings making up 60% of its total bookings by 2023. These advancements not only helped regain lost business but also strengthened companies' competitive edge. The analysis also highlights the financial performance of major tourism companies. From 2021 to 2023, revenue steadily increased as international travel rebounded, particularly in regions like Europe and North America. The companies analyzed in this study showed a strong recovery trajectory, with TUI Group reporting a significant rise in revenue from \$10.1 billion in 2021 to \$18.6 billion in 2023. Similarly, Booking Holdings saw its revenue climb from \$10.8 billion to \$18.2 billion over the same period. Despite this, challenges remain, particularly in the Asia-Pacific region, where travel restrictions have been slower to ease, and demand has not fully recovered. Tourism companies not only focused on financial recovery but also adopted flexible, innovative approaches to meet evolving consumer demands. Safety and hygiene became priorities, with travelers favoring destinations offering enhanced health protocols. Companies responded by offering flexible bookings and travel insurance to address post-pandemic uncertainties. Additionally, the rise of remote work led to new opportunities, with companies targeting the "workation" trend to diversify services and attract new segments. Looking ahead, tourism faces uncertainties like economic volatility and shifts in consumer behavior. However, leading firms are well-positioned to adapt through investments in digitalization, innovation, and sustainability. Agile business models and resilience will be crucial for long-term success. The study concludes that digital transformation remains a key competitive advantage, with companies that prioritize flexibility and innovation being best placed for post-pandemic success.

Keywords: international tourism, tourism companies, global market, COVID-19, digitalization, innovations, tourism services.