

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-61>

УДК 332.146

РУШІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

DRIVERS OF TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

Денищенко Людмила Вікторівна

старший викладач,

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8160-7343>**Дорошенко Тетяна Миколаївна**

кандидат педагогічних наук, доцент,

Льотна академія Національного авіаційного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9968-9201>**Denyshchenko Liudmyla**

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

Doroshenko Tetiana

Flight Academy of the National Aviation University

У статті досліджуються рушії розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності. Встановлено, що туризм являється однією з найбільш високо прибуткових та інтенсивно розвиваючих галузей світової економіки. З'ясовано, що міжнародні туристичні потоки поступово зростають, де відповідно до даних ЮНВТО, у 2022 році понад 900 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі, що вдвічі більше, ніж у 2021 році, проте це тільки 63% від рівня, який був до пандемії. Встановлено, що пандемія COVID-19 створила безпрецедентні проблеми для світового ринку подорожей та туризму у 2020 та 2021 роках, оскільки країни у всьому світі запровадили обмеження та заборони на поїздки для стримування поширення інфекцій. Визначено, що у 2021 році США отримали найвищий внесок від подорожей та туризму у ВВП, при цьому ці галузі прямо чи опосередковано принесли приблизно 1,27 трильйона доларів США, а Китай та Німеччина посіли друге місце у рейтингу, де загальний внесок подорожей та туризму у ВВП становив 814 млрд і 251 млрд доларів США відповідно. З'ясовано, що до основних рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності належать: зростання потоку прямих іноземних інвестицій в країні; покращення стану інфраструктури та засобів розміщення; соціально-економічні, культурні, демографічні, матеріально-технічні та політичні рушії; збільшення туристичного попиту; використання сучасних технологічних інновацій; зміна попиту та очікувань туристів; зростаюча конкуренція у туристичній індустрії та глобалізація; законодавчі та регуляторні зміни. Встановлено, що широкомасштабне застосування інформаційних технологій є передумовою для того, щоб цифрова економіка стимулювала розвиток туризму, сприяла розробці та впровадженню туристичних інновацій, а також у свою чергу вплинула на зміни у відносинах між виробниками та споживачами туризму. З'ясовано, що веб-сайти соціальних мереж відіграють важливу роль в індустрії туризму, оскільки туристи використовують дані платформи для обміну онлайн-контентом, які пов'язані з їх поїздками, а компанії та впливові особи використовують їх як маркетинговий інструмент, пропонуючи місця для відпочинку та рекламуючи диференційовані туристичні продукти.

Ключові слова: рушії розвитку, туристична індустрія, пандемія COVID-19, ЮНВТО.

The paper studies the drivers of the development of the tourism industry in modern conditions. It has been established that tourism is one of the most highly profitable and intensively developing branches of the world economy. It found that international tourist flows are gradually increasing, with over 900 million tourists making international trips in 2022, double the number in 2021, but only 63% of the pre-pandemic level, according to UNWTO data. The COVID-19 pandemic is set to create unprecedented challenges for the global travel and tourism market in 2020 and 2021, as countries around the world have imposed travel restrictions and bans to contain the spread of infections. In 2021, the United States was found to have the highest contribution from travel and tourism to GDP, with these industries directly or indirectly contributing approximately \$1.27 trillion, followed by China and Germany, where

the total contribution of travel and tourism to GDP amounted to 814 billion and 251 billion US dollars, respectively. It was found that the main drivers of the development of the tourism industry in modern conditions include: an increase in the flow of direct foreign investments in the country; improvement of infrastructure and accommodation facilities; socio-economic, cultural, demographic, material, technical and political drivers; increase in tourist demand; use of modern technological innovations; change in demand and expectations of tourists; growing competition in the tourism industry and globalization; legislative and regulatory changes. It has been established that the large-scale application of information technologies is a prerequisite for the digital economy to stimulate the development of tourism, promote the development and implementation of tourism innovations, and in turn affect changes in the relationship between producers and consumers of tourism. Social networking websites have been found to play an important role in the tourism industry, as tourists use these platforms to share online content related to their travels, and companies and influencers use them as a marketing tool, offering vacation spots and promoting differentiated tourism products.

Keywords: drivers of development, tourism industry, COVID-19 pandemic, UNWTO.

Постановка проблеми. Із-за сучасних кондицій у світовій практиці, туризм являється соціально-економічною галуззю, яка інтенсивно розвивається і значення якої з кожним роком зростає. Характерним для сучасного етапу розвитку туристичної індустрії є зміна його організаційних форм та проникнення в туристичний бізнес транспортних, торговельних, промислових та інших компаній.

Індустрія туризму в сучасному світі значно посилила свій вплив на національні та зовнішні ринки, розвиваючи соціально-економічний рівень окремих регіонів і країни загалом, тому існує міцний зв'язок між розвитком індустрії туризму та економічним зростанням, що у свою чергу стимулює розвиток інших суміжних галузей в країні. З огляду на це, у сучасних умовах розвиток туристичної індустрії все більше потребує впровадження інновацій, які тепер стали одним із найважливіших рушіїв, що визначають рівень економічного розвитку та, відповідно, становища держави в міжнародному співтоваристві. Напрямок розвитку туристичної індустрії значно змінилися в останні роки під впливом різноманітних рушіїв, тому для досягнення сталого розвитку туризму та забезпечення конкурентоспроможності індустрії, важливо визначити основні рушії, які мають вплив на сучасну туристичну галузь.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематику рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності досліджує незначна кількість науковців. Зокрема, в наукових працях К. Нідхі проаналізувала основні чинники, що стимулюють зростання туристичного ринку; А. Маріно, П. Парізо визначили як ІКТ допомагають розвитку туристичної індустрії; Т. Руї проаналізував як цифрова економіка стимулює розвиток туризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на незна-

чну кількість оригінальних та змістових праць як зарубіжних і вітчизняних вчених з досліджуваної проблематики, слід визначити, що практично відсутні дослідження, присвячені аналізу рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності. У зв'язку з цим, невирішені аспекти загальної проблематики статті вимагають подальшого дослідження та пошуку підходів для забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності. Для досягнення мети визначено наступні завдання: проаналізувати сучасний стан міжнародного туризму; розкрити ключові рушії, які впливають на розвиток туризму в сучасному світі. При проведенні дослідження були використані загальнонаукові й спеціальні методи дослідження, зокрема аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, системно-структурний та статистичний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм являється однією з найбільш високо прибуткових та інтенсивно розвиваючих галузей світової економіки. Однак, світова криза, викликана пандемією COVID-19, а також зростання політичної, соціальної та військової нестабільності в окремих регіонах, завдала значної шкоди економіці туристичного сектора, що призвело до негативних наслідків для усіх представників усього туристичного ланцюга (туристичних операторів, туристичних агенцій, перевізників, готель'єрів, рестораторів тощо) [1].

Перші десятиліття XXI ст. продемонстрували впевнене зростання міжнародного туризму. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), міжнародні туристичні потоки поступово зростають (див. рис. 1). Згідно з новими даними ЮНВТО, у 2022 році понад 900 мільйонів туристів здійснили між-

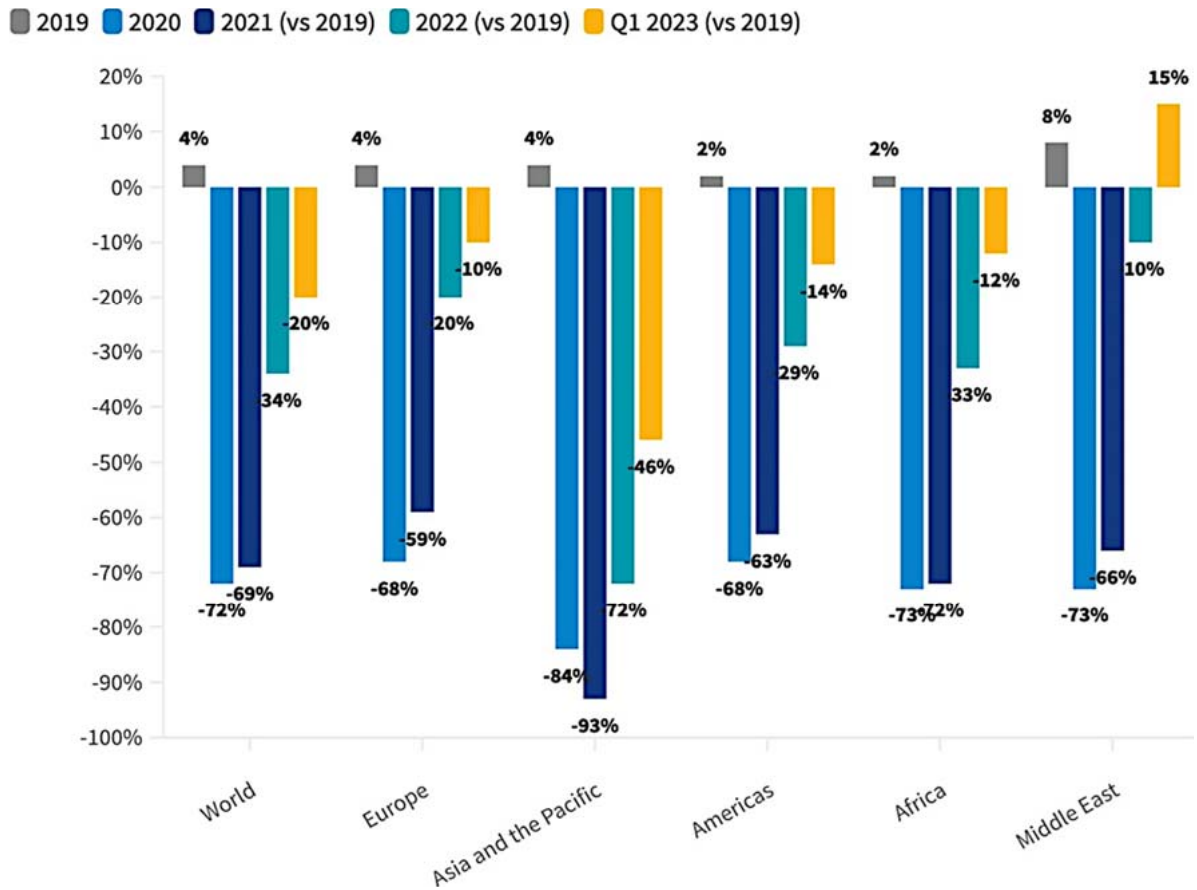


Рис. 1. Кількість міжнародних туристичних прибуттів по всьому світу та регіонах з 2019 по 2023 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

народні подорожі – це вдвічі більше, ніж у 2021 році, проте це тільки 63% від рівня, який був до пандемії.

У кожному регіоні світу зафіксовано помітне зростання кількості міжнародних туристів, проте регіон Близький Схід отримав найбільше відносне зростання, оскільки кількість прибуттів зростає до 83% від кількості прибуттів, які були до пандемії. Європа досягла майже 80% від допандемічного рівня, яка прийняла 585 мільйонів відвідувачів у 2022 році. В Африці та Америці відновилося близько 65% кількості прибуттів, які були до пандемії, тоді як в Азії та Тихоокеанському регіоні цей показник досяг лише 23%, що пов'язано із сильнішим впливом пандемії та її обмеженнями, які почали скасовувати лише останніми місяцями.

Позитивна динаміка дає змогу спеціалістам ЮНВТО будувати прогнози на довгострокову перспективу. Виходячи з перспективних сценаріїв ЮНВТО на 2023 рік, цього року кількість міжнародних туристів може досягти 80–95% від рівня, який був до пандемії. Також,

вони вважають, що з 2025 р. міжнародні туристичні прибуття становитимуть не менше 1734,06 млн осіб, що у свою чергу спричинить зростання ролі міжнародного туризму.

Кількість міжнародних прибуттів туристів у всьому світі зросла приблизно на 9% у 2021 році порівняно з попереднім роком, в якому через пандемію коронавірусу (COVID-19) відбулося різке зниження міжнародних прибуттів туристів. Загалом Європа повідомила про найбільшу кількість мандрівників, що прибувають у 2021 році: приблизно 301 мільйон прибуттів, де даний показник означає 25-відсотковий щорічний приріст [3].

Отже, пандемія COVID-19 створила безпрецедентні проблеми для світового ринку подорожей та туризму у 2020 та 2021 роках, оскільки країни у всьому світі запровадили обмеження та заборони на поїздки для стримування поширення інфекцій. Внаслідок впливу COVID-19 передбачувана кількість робочих місць, втрачених в туристичній індустрії в усьому світі, у 2020 році становила 62 мільйони осіб. Тим часом частка

загального валового внутрішнього продукту, створюваного світовою індустрією подорожей та туризму, скоротилася майже вдвічі у 2020 році порівняно з попереднім роком через пандемію, де даний показник виріс частково у 2021 році. Згідно зі звітом, опублікованим Європейською комісією з подорожей, прогнозується, що глобальний обсяг в'їзних мандрівників спочатку зазнає невеликого щорічного зростання у 2021 році, а потім відновиться у 2022 році, за прогнозами, Азіатсько-Тихоокеанський регіон повідомить про найбільший річний приріст туристів [4]. Загальний внесок подорожей та туризму у ВВП провідних світових туристичних ринків збільшився у 2021 році, порівняно з попереднім роком (див. рис. 2).

У 2021 році США повідомили про найвищий внесок подорожей та туризму у ВВП, при цьому ці галузі прямо чи опосередковано принесли приблизно 1,27 трільйона дола-

рів США, а Китай та Німеччина посіли друге місце у рейтингу, де загальний внесок подорожей та туризму у ВВП становив 814 млрд і 251 млрд доларів США відповідно. Загалом загальний внесок подорожей і туризму у ВВП у всьому світі збільшився майже на 22% у 2021 році порівняно з 2020 роком, але залишився нижчим за допандемійний рівень [5] (див. рис. 2).

До основних рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності належать:

- зростання потоку прямих іноземних інвестицій в країні, які у свою чергу сприяють збільшенню іноземної валюти, розвитку туристичної індустрії, зростанню місцевої зайнятості, збільшенню доходів домогосподарств тощо;

- покращення стану інфраструктури, яка є одним з основних рушіїв розвитку туристичної індустрії, оскільки без відповідних засобів розміщення та належної туристичної інфра-

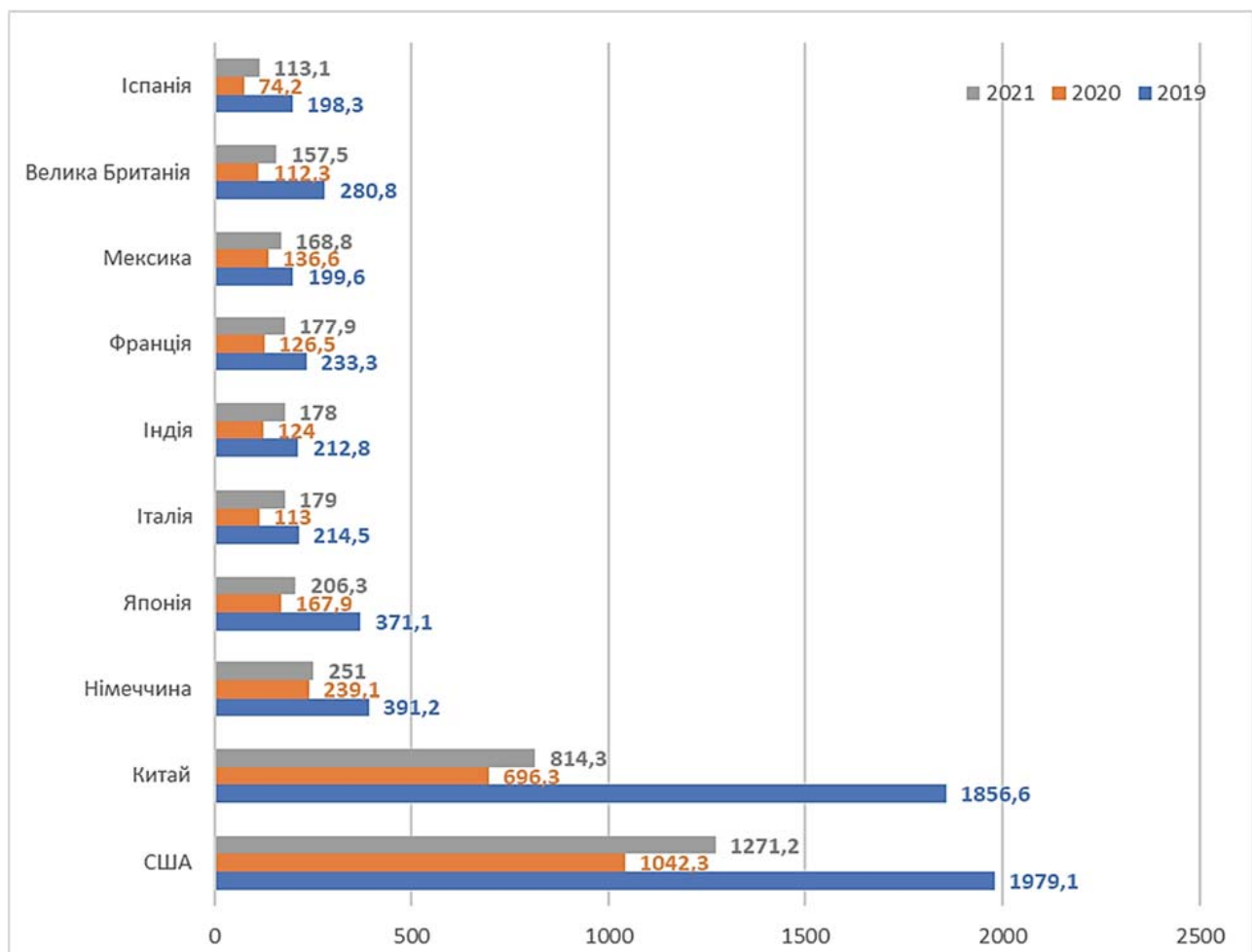


Рис. 2. Загальний внесок подорожей та туризму у ВВП на провідних туристичних ринках світу з 2019 до 2021 року (у млрд дол. США)

Джерело: сформовано автором на основі [5]

структури туристичне місце не може стати ідеальним туристичним напрямком;

– соціально-економічні, культурні, демографічні, матеріально-технічні та політичні рушії відіграють важливу роль у просуванні туризму та залученні різноманітних туристів у всьому світі, збільшенні кількості міжнародних подорожей, розширенні ринків споживання тощо [6];

– збільшення туристичного попиту є одним з головних рушіїв, що стимулює розвиток туристичної індустрії та збільшенню туристичного обсягу;

– використання сучасних технологічних інновацій, таких як мобільні додатки, розумні пристрої, соціальні медіа, машинне навчання та штучний інтелект, має значний вплив на туристичну індустрію, оскільки вони сприяють полегшенню процесу планування подорожей та покращенню якості послуг;

– зміна попиту та очікувань туристів – туристи з-за сучасних кондицій більш вимогливі, шукають унікальні туристичні враження, стежать за сталим екологічним розвитком, цінують місцеву культуру та автентичність, то дані умови вимагають від туристичної індустрії змінити свій підхід і пропонувати нові та інноваційні продукти та послуги;

– зростаюча конкуренція у туристичній індустрії вимагає від туристичних підприємств постійного вдосконалення своїх пропозицій та стратегій, а глобалізація сприяє збільшенню конкуренції та у свою чергу надає нові можливості для залучення іноземних туристів та відкриття нових туристичних ринків.

– законодавчі та регуляторні зміни можуть впливати на розвиток туристичної індустрії, шляхом формування сприятливої інвестиційної та бізнес-середовища, а також які забезпечують безпеку та захист прав туристів, є важливими для успіху в даній галузі.

Врахування даних рушіїв допоможе туристичній індустрії адаптуватись до сучасного середовища та розвиватись з урахуванням вимог і очікувань сучасних туристів.

Оскільки за останні два десятиліття цифровізація дедалі частіше спостерігається у більшості галузей по всьому світу, тому туристична індустрія не є винятком, що пов'язано з появою ринку онлайн-подорожей та зростанням споживчого попиту на цифрові туристичні послуги. Широкомасштабне застосування інформаційних технологій є передумовою для того, щоб цифрова економіка стимулювала розвиток туризму, сприяла розробці та впровадженню туристичних інновацій, а також

вплинула на зміни у відносинах між виробниками та споживачами туризму [7].

Цифрова економіка сприяє розвитку туризму шляхом підвищення загальної продуктивності факторів виробництва, оптимізації промислової структури та розподілу економічних результатів. На макrorівні цифрова економіка заклала технологічну основу для розвитку туризму та стимулювала зростання туристичного попиту, а на мікрорівні цифрова економіка встановлює та підтримує хороші стосунки між туристичними фірмами та споживачами, надаючи високоякісні електронні послуги. Отже, можемо відзначити, що цифрова економіка стала важливим рушієм розвитку індустрії туризму [8–10].

За оцінками Statista's Digital Market Outlook, глобальний розмір виручки від мобільних додатків у туристичному сегменті зріс у 2021 році на 38 відсотків порівняно з попереднім роком і склав 296 мільйонів доларів США. Пандемія коронавірусу (COVID-19) відіграла ключову роль у прискоренні цифровізації туристичної індустрії, оскільки проблеми соціального дистанціювання та гігієни змушують споживачів активніше використовувати цифрові послуги. У зв'язку з цим, дослідження, яке було проведене у вересні 2021 року, показало, що приблизно четверо з десяти опитаних мандрівників по всьому світу вказали безконтактні мобільні платежі серед основних технологій, що підвищують довіру у мандрівників.

Нині веб-сайти соціальних мереж відіграють важливу роль в індустрії туризму, оскільки туристи використовують дані платформи для обміну онлайн-контентом, які пов'язаним з їх поїздками, а компанії та впливові особи використовують їх як маркетинговий інструмент, пропонуючи місця для відпочинку та рекламуючи диференційовані туристичні продукти [11].

Станом на грудень 2022 року платформа Booking.com із ринковою капіталізацією близько 78,2 млрд доларів США посідала перше місце серед провідних онлайн-туристичних компаній світу, а за нею слідували її конкуренти Airbnb, Trip.com та Expedia. Ринкова капіталізація Airbnb, що посідає друге місце, склала приблизно 54,1 мільярда доларів США (див. табл. 1) [12].

Отже, можемо відзначити, що швидка переорієнтація туристичної індустрії в цифру призводить до глобальної зміни споживчої поведінки туристів, включаючи й іноземних.

Тому у сфері туризму сьогодні важливу роль відіграють цифровізація та маркетинг в

Таблиця 1

Ринкова капіталізація провідних онлайн-туристичних компаній світу станом на грудень 2022 р. (у мільйонах доларів США)

Провідні онлайн-туристичні компанії світу	Ринкова капіталізація (у мільйонах доларів США)
Booking.com (США)	78 171
Airbnb (США)	54 137
Trip.com (Китай)	22 076
Експедіа (США)	13 674
MakeMyTrip (Індія)	2902
Вебджет (Австралія)	1606
Едрімс Одігео (Іспанія)	514
Триваго (Німеччина)	487
Despegar.com (Аргентина)	340
На пляжі (Велика Британія)	313
Холідейчек (Німеччина)	264
Lastminute.Com (Нідерланди)	242
Hostelworld (Ірландія)	163
Travelzoo (США)	55

Джерело: сформовано авторами на [12]

Інтернеті, оскільки туристи шукають інформацію в Інтернеті, бронюють та оплачують бронювання, а також шукають різноманітні заходи та події в місцях, які вони планують відвідати. Можемо констатувати, що реклама є важливим інструментом для туристичного бізнесу, оскільки допомагає залучати нових клієнтів та зберігати наявний. Проте ефективність реклами в індустрії туризму знаходиться в залежності від декількох факторів, таких як цільова аудиторія, канали реклами, зміст та формат рекламного повідомлення.

До одного з головних аспектів ефективної реклами належить визначення цільової аудиторії, оскільки індустрія туризму має декілька диференційованих груп цільової аудиторії, включаючи молодих мандрівників, сімейних відпочивальників, бізнес-туристів, де кожна з даних груп має власні потреби та очікування, тому при створенні рекламних повідомлень маркетологи повинні налаштувати їх під конкретну аудиторію.

Канали реклами є важливими для забезпечення ефективності маркетингу в туристичному бізнесі, тому маркетологи застосовують телебачення, радіо, соціальні медіа тощо, де вибір каналу залежить від цільової аудиторії та бюджету рекламної кампанії. Ефективність реклами в індустрії туризму, також, знаходиться в залежності від правильної оцінки

результатів рекламної кампанії, для проведення якої застосовують диференційовані метрики, такі як чисельність продажів, конверсійні рейти тощо.

Зміст та формат рекламного повідомлення (наприклад, традиційні оголошення, відеоролики, інтерактивні медіа-матеріали тощо) повинно бути атрактивним та цікавим для цільової аудиторії, містити достатньо інформації про туристичний продукт та демонструвати його переваги, оскільки воно має важливе значення для забезпечення ефективності реклами. Також, рекламне повідомлення повинно відповідати бренду компанії, відображати ідентичність та цінності бренду, що забезпечить більшу впізнаваність туристичної компанії серед конкурентів [13]. Отже, правильне застосування даних чинників та рушіїв сприятиме залученню нових клієнтів туристичними компаніями та протегуватиме розширення туристичного бізнесу та розвитку туристичної індустрії.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у результаті проведеного дослідження визначено, що розвиток індустрії туризму є особливо актуальним, адже саме завдяки даному сектору економіки можна покращити соціально-економічну ситуацію в цілому, адже це може забезпечити зростання доходів та покращити економічні показники у

багатьох видах економічної діяльності, через його мультиплікаційний ефект. Отже, на основі аналізу даних UNWTO, встановлено, що у 2022 р. відбулося значне відновлення індустрії туризму майже до рівня допандемічного періоду. Тож, туристична індустрія давно стала однією з важливих складових інфраструктури багатьох країн, впливаючи опосередковано, а часом і прямо, на розвиток країни в цілому, тому туризм можна розглядати як один з інструментів ефективного та динамічного економічного розвитку. Отже, для забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності необхідно звернути увагу на екологічний вплив, культурну

спадщину, технологічний прогрес та зміни в попиті, де врахування даних рушіїв допоможе забезпечити розвиток туристичної індустрії у майбутньому.

Подальших розвідок потребує аналіз кризових ситуацій та розробка стратегій кризового управління, які можуть бути корисними для підвищення стійкості та адаптації туристичної індустрії до негативних подій. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці новітніх методів регулювання ринку туризму та вдосконалення концептуальних основ управління туристичними потоками, що може стати сучасною парадигмою розвитку туристичної індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development Service Industry Management*. 2023. № 1. С. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5)).
2. UNWTO. Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. 2023. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>.
3. World Travel & Tourism Council. 2023. URL: <https://www.wttc.org>.
4. Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2022, by region. Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010>.
5. Top travel markets by tourism GDP worldwide 2021. Statista. 2022. URL: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment>.
6. Nidhi K. Top factors that drive growth in tourism market. *ProMiller Team*. 2022. URL: <https://www.promiller.in/post/top-factors-that-drive-growth-in-tourism-market>.
7. Marino A., Pariso P. E-tourism: How ICTs help the local tourist district drive economic vitality. The case of Campania, Italy. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 2021, 18(03), 2150009. DOI: <https://doi.org/10.1142/S0219877021500097>.
8. Rui T. Digital economy drives tourism development – empirical evidence based on the UK. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 2023, vol. 36:1, pp. 2003–2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2094443>.
9. Jiang X. Digital economy in the post-pandemic era. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 2021, vol. (3), pp. 1–7.
10. Laakkonen M. P., Kivivirta V. Customer value of smart grid application: Implications for E-Service design in smart cities. *International Journal of Innovation in the Digital Economy*, 2021, vol. 12(1), pp. 27–41. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJIDE.2021010102>.
11. Digitalization of the travel industry – statistics & facts_Statista. 2022. URL: <https://www.statista.com>.
12. Market cap of leading online travel companies worldwide as of December 2022. Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1039616/leading-online-travel-companies-by-market-cap>.
13. Tourism Marketing: Your Guide to Success Within The Tourism Industry. Profiletree. 2022. URL: <https://profiletree.com/tourism-marketing-strategies>.

REFERENCES:

1. Zhurba, I., Nestoryshen, I. (2023). Analiz pokaznykiv industrii turizmu v Ukraini ta sviti: problemy ta perspektyvy rozvytku. [Analysis of indicators of the tourism industry in Ukraine and the world: problems and development prospects]. *Development Service Industry Management*, vol. (1), pp. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5)). [in Ukrainian]
2. UNWTO. (2023). Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. Available at: <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>.
3. World Travel & Tourism Council. (2023). Available at: <https://www.wttc.org>.

4. Statista. (2023). Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2022, by region. Available at: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010>.
5. Statista. (2022). Top travel markets by tourism GDP worldwide 2021. Available at: <https://www.statista.com/about/our-research-commitment>.
6. Nidhi, K. (2022). Top factors that drive growth in tourism market. *ProMiller Team*. Available at: <https://www.promiller.in/post/top-factors-that-drive-growth-in-tourism-market>.
7. Marino, A., Pariso, P. (2021). E-tourism: How ICTs help the local tourist district drive economic vitality. The case of Campania, Italy. *International Journal of Innovation and Technology Management*, vol. 18(03), 2150009. DOI: <https://doi.org/10.1142/S0219877021500097>
8. Rui, T. (2023). Digital economy drives tourism development – empirical evidence based on the UK. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, vol. 36:1, pp. 2003-2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2094443>.
9. Jiang, X. (2021). Digital economy in the post-pandemic era. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, vol. (3), pp. 1–7.
10. Laakkonen, M. P., Kivivirta, V. (2021). Customer value of smart grid application: Implications for E-Service design in smart cities. *International Journal of Innovation in the Digital Economy*, vol. 12(1), pp. 27–41. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJIDE.2021010102>.
11. Statista. (2022). Digitalization of the travel industry – statistics & facts_Statista. Available at: <https://www.statista.com>.
12. Statista. (2023). Market cap of leading online travel companies worldwide as of December 2022. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1039616/leading-online-travel-companies-by-market-cap>.
13. Tourism Marketing: Your Guide to Success Within The Tourism Industry. (2022). Profiletree. Available at: <https://profiletree.com/tourism-marketing-strategies>.