

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

«ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ»
Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка IV курсу 410 групи
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
ОП «Міжнародний туризм»
Деренович Аліна Олексіївна

Керівник: кандидат географічних наук,
доцент
Круль Галина Ярославівна

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри №____
Від «___» _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2025

Анотація

У кваліфікаційній роботі подано комплексну характеристику туристичної індустрії Великої Британії, яка є однією з провідних туристичних держав світу. Розкрито географічні особливості країни, визначено історичні етапи становлення та розвитку туризму, проаналізовано природно-рекреаційні, історико-культурні ресурси та туристичну інфраструктуру. Значну увагу приділено сучасному стану туристичного ринку, аналізу туристичних потоків, а також перспективам розвитку галузі.. Отримані результати засвідчують високий туристичний потенціал Великої Британії та її значення у глобальній туристичній індустрії.

Ключові слова: туризм, Велика Британія, туристичні ресурси, туристична інфраструктура, туристичний потік, перспективи розвитку.

Abstract

The qualification paper provides a comprehensive overview of the tourism industry in Great Britain, which is one of the world's leading tourist destinations. It explores the geographical features of the country, outlines the historical development of tourism, and analyzes its natural, recreational, and cultural resources, along with the tourism infrastructure. Particular attention is given to the current state of the tourism market, tourist flows, and development prospects. The findings highlight the high tourism potential of the United Kingdom and its significance in the global tourism industry.

Keywords: tourism, United Kingdom, tourist resources, tourism infrastructure, tourist flow, development prospects.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Деренович А. О.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I Теоретичні засади формування туристичного потенціалу Великої Британії	7
1.1. Теоретичні основи вивчення туристичного потенціалу держави.....	7
1.2. Методологія оцінки туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури Великої Британії.....	10
РОЗДІЛ II. Туристично-географічна характеристика Великої Британії	13
2.1. Географічне положення та особливості розташування.....	13
2.2. Зародження та розвиток туризму у Великій Британії.....	16
РОЗДІЛ III. Оцінка туристичних ресурсів Великої Британії	21
3.1. Рекреаційно-туристичні та історико-культурні ресурси.....	21
3.2. Основні туристичні пам'ятки та туристичні атракції.....	26
РОЗДІЛ IV. Аналіз і перспективи розвитку туризму Великобританії	31
4.1. Аналіз туристичних потоків Великобританії	31
4.2. Сучасний стан туристичного ринку Великої Британії.....	33
4.3. Перспективи розвитку туристичної інфраструктури Великої Британії.....	38
РОЗДІЛ V. Готельно-ресторанна індустрія Великої Британії: сучасний стан та особливості функціонування	43
5.1. Історія розвитку готельно-ресторанної індустрії Великої Британії.....	43
5.2. Класифікація та типологія готельних і ресторанних закладів Великої Британії.....	47
5.3. Поточний стан розвитку готельно-ресторанної індустрії Великої Британії.....	51
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВСТУП

Великобританія вже кілька десятиліть входить в десятку найбільш відвідуваних країн і в першу чергу завдяки своїй столиці, яка цікавить мандрівників насамперед його історико-культурна спадщина.

Актуальність цієї роботи обумовлюється тим, що Великобританія є батьківщиною сучасного туризму як форми проведення культурного дозвілля і на сьогоднішній день залишається однією з самих відвідуваних туристами країн Європи і світу.

За даними Всесвітньої туристичної організації, Велика Британія, а зокрема її столиця Лондон, посідає одне з провідних місць серед найпопулярніших туристичних напрямів у світі.

Основним чинником туристичної привабливості країни є її культурна спадщина, зокрема історичні та архітектурні пам'ятки, які викликають значний інтерес у відвідувачів. Успішний розвиток туристичної галузі сприяє зростанню економічного та соціального добробуту держави.

Туризм забезпечує зайнятість у багатьох сферах, як безпосередньо, так і опосередковано, та має тісний зв'язок із різними секторами економіки, такими як сільське господарство, транспорт, роздрібна торгівля, спорт, музейна справа, галереї та мистецтво.

Попри постійний розвиток, форми організації туризму у Великій Британії продовжуватимуть змінюватися та вдосконалюватися. Водночас прогнозується подальше зростання туристичного потоку до країни. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває вивчення специфіки розвитку туризму у Великій Британії, а також аналіз наявних проблем і перспектив галузі. Це дозволить зберігати стабільний рівень туристичного попиту, забезпечувати стабільні надходження до економіки від туристичної сфери та навіть сприяти їх зростанню.

Метою дослідження є всебічний аналіз потенціалу природних та історико-культурних об'єктів для визначення особливостей розвитку туристичної інфраструктури в Великій Британії.

Для досягнення мети вирішувались такі **завдання**:

- розкрити сутність понять, пов'язаних із туризмом, туристичними ресурсами, інфраструктурою та класифікацією туристичних послуг;
- охарактеризувати методи дослідження, які використовуються в аналізі туристичних територій;
- проаналізувати ступінь наукової розробленості теми у працях вітчизняних і зарубіжних дослідників;
- дослідити географічне положення Великої Британії як чинник туристичної привабливості;
- надати характеристику природно-рекреаційних, історико-культурних ресурсів Великої Британії;
- оцінити сучасний стан туристичного ринку Великої Британії та динаміку туристичних потоків;
- визначити перспективи розвитку туристичної інфраструктури та готельно-ресторанної індустрії країни;
- запропонувати шляхи удосконалення функціонування туристичної галузі Великої Британії в умовах глобалізації та постпандемійної трансформації.

Об'єкт дослідження: Туристична дестинація — Велика Британія як країна з розвиненою туристичною індустрією, що включає природні, історико-культурні ресурси, туристичну інфраструктуру, ринки туристичних послуг і напрями туристичних потоків.

Предмет дослідження: Туристично-географічні особливості формування та розвитку туристичного потенціалу Великої Британії, включаючи структуру і динаміку туристичних потоків, інфраструктурне забезпечення, ресурси та сучасні тенденції функціонування туристичної індустрії.

У процесі підготовки дипломної роботи були використані такі методи дослідження: описовий, статистичний, порівняльний та картографічний.

Теоретичною та методологічною базою дослідження стали наукові праці українських і зарубіжних учених, матеріали науково-практичних конференцій, офіційні статистичні збірники, довідкова література, публікації у періодичних виданнях, присвячених міжнародному туризму, а також інформація з офіційних інтернет-ресурсів.

Структура і обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, п'ятих розділів, висновку та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

1.1. Теоретичні основи вивчення туристичного потенціалу держави

Актуальність вивчення туристичного потенціалу держави в умовах глобалізації та конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку зумовлюється необхідністю ефективного управління туристичними ресурсами, формуванням стратегії розвитку галузі та забезпеченням сталого соціально-економічного зростання. Туризм виступає одним із провідних напрямів економічної спеціалізації значної частини країн світу, і тому розуміння сутності туристичного потенціалу набуває ключового значення як у науковому, так і практичному контексті.

У науковому дискурсі туристичний потенціал розглядається як інтегральна категорія, що характеризує наявність і можливість ефективного використання сукупності природних, культурних, економічних, соціальних та інфраструктурних передумов для здійснення туристичної діяльності. Визначення цього поняття не є однозначним і залежить від теоретико-методологічного підходу, який обирає дослідник. У межах географічного підходу акцент робиться на просторових характеристиках і природно-ресурсному базисі, тоді як економічна парадигма зосереджена на ефективності використання ресурсів і прибутковості туристичної сфери. Соціологічний підхід надає перевагу аналізу суспільних запитів, мотивацій та очікувань туристів, а культурологічний — розглядає туризм як форму міжкультурної комунікації, що базується на символічному капіталі території [2].

У сучасному туризмознавстві сформувалася тенденція до ускладнення змісту поняття туристичного потенціалу, що пояснюється розширенням функцій туризму в глобальному суспільстві. Якщо на початкових етапах становлення туризм розглядався здебільшого як форма відпочинку й рекреації, то сьогодні він виступає як важливий інструмент культурної

дипломатії, зміцнення економічної безпеки, підтримки зайнятості населення, ревіталізації депресивних територій. У зв'язку з цим туристичний потенціал трактується не лише як об'єктивно наявна ресурсна база, але й як потенційна здатність території генерувати туристичний продукт, адаптований до сучасних потреб ринку [3].

З позицій системного підходу, туристичний потенціал включає у себе взаємопов'язані складові — природно-рекреаційні, історико-культурні, економіко-географічні, соціальні, інституційні, організаційно-управлінські, а також іміджеві чинники, що формують цілісну систему туристичних можливостей країни. Важливо зазначити, що лише наявність певних ресурсів ще не є гарантією високого туристичного потенціалу — вирішальним чинником є ступінь їх освоєння, ефективність управління, доступність, безпечність і відповідність туристичному попиту. Саме тому у дослідженнях дедалі більшої ваги набуває поняття реалізованого, нереалізованого та потенційного туристичного потенціалу, що дозволяє диференціювати між реально діючими туристичними об'єктами і тими, які потребують інвестицій, реставрації, просування тощо [23].

У межах географії туризму особлива увага приділяється територіальним рівням аналізу туристичного потенціалу. Національний рівень передбачає комплексну оцінку туристичних можливостей країни як суб'єкта глобального ринку, тоді як регіональний рівень акцентує на спеціалізації окремих територій відповідно до природно-кліматичних, культурних або економічних умов. Локальний рівень деталізує характеристику окремих туристичних об'єктів, маршрутів, кластерів, а також їх функціональну взаємодію в межах туристичної системи. Такий багаторівневий підхід дозволяє поєднати макроекономічні та мікрогеографічні фактори у формуванні цілісної картини туристичного потенціалу [15].

У теоретичному контексті важливо враховувати методологічні підходи до аналізу туристичного потенціалу. Ресурсно-аналітичний підхід

зосереджується на інвентаризації та оцінці ресурсної бази, а функціонально-організаційний — на визначенні здатності території забезпечити повний цикл туристичного обслуговування. Маркетинговий підхід аналізує привабливість території з точки зору потенційного туриста, включаючи імідж, бренд, просування в медіа-просторі. Інституційний підхід досліджує систему управління, законодавче регулювання, партнерські мережі та участь місцевих громад у розвитку туризму. Їх поєднання забезпечує багатовимірний аналіз і сприяє формуванню ефективної туристичної політики [4].

У світовій практиці дедалі більшого поширення набуває оцінювання туристичного потенціалу за допомогою індексного аналізу. Такі інструменти, як Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index), розроблений Всесвітнім економічним форумом, дозволяють здійснювати порівняльну оцінку країн за критеріями привабливості туристичного середовища, політики держави, стану інфраструктури, рівня безпеки та сталого розвитку. Важливо зазначити, що подібні індекси охоплюють не лише об'єктивні дані, а й суб'єктивні оцінки споживачів, що дозволяє враховувати іміджеву складову туристичного потенціалу [4].

Аналіз туристичного потенціалу також не може бути повноцінним без урахування концепції сталого розвитку. З огляду на зростання антропогенного тиску на природне середовище, актуальності набувають підходи, які передбачають збалансоване використання ресурсів, збереження культурної спадщини, соціальну відповідальність туристичних підприємств та залучення місцевого населення до туристичної діяльності. Визначальною стає ідея про те, що туристичний потенціал повинен не лише забезпечувати прибутковість, але й слугувати інструментом екологічної та культурної стійкості територій.

Отже, теоретичне осмислення туристичного потенціалу держави є складним міждисциплінарним процесом, який інтегрує знання з географії, економіки, соціології, екології, культурології та управлінських наук.

Туристичний потенціал постає як багатоаспектне поняття, що відображає не лише наявність ресурсів, а й можливість їх ефективного і відповідального використання у відповідності до вимог часу. Такий підхід дозволяє сформувати науково обґрунтовану базу для подальших аналітичних досліджень, зокрема у випадку вивчення туристичних можливостей конкретної країни, як-от Великої Британії.

1.2. Методологія оцінки туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури Великої Британії

Оцінювання туристичних ресурсів та інфраструктури держави становить ключовий аспект дослідження її туристичного потенціалу. Особливої актуальності набуває питання глибокого методологічного аналізу ресурсної бази країни, коли йдеться про розвинуті туристичні держави, такі як Велика Британія. Враховуючи її довготривалу туристичну історію, багатовекторний культурний розвиток, високу інституційну стабільність та розгалужену інфраструктуру, ефективна методологія оцінювання має бути багатоплощинною, з урахуванням не лише ресурсної повноти, а й рівня залучення ресурсів у реальний туристичний обіг.

Методологічна база аналізу туристичних ресурсів у Великій Британії формується на основі міждисциплінарного підходу, який поєднує положення географії, економіки, соціології, культурології та менеджменту. У контексті британської наукової і практичної традиції, важливу роль у формуванні уніфікованих стандартів відіграють такі організації як VisitBritain, Historic England, English Heritage та інші. Саме вони визначають напрями ресурсного обліку, оцінювання туристичної цінності об'єктів, критерії охоплення культурної спадщини та моделі інфраструктурної інтеграції [1].

Туристичні ресурси у Великій Британії зазвичай оцінюються в рамках комплексного аналізу, що включає параметри історичної цінності, ступеня автентичності, інституційної охорони, фізичної збереженості та соціальної привабливості. До уваги береться і ступінь інтеграції об'єкта в національний

чи регіональний туристичний маршрут, що суттєво впливає на його доступність і затребуваність. Наприклад, об'єкти ЮНЕСКО на території Великої Британії, як-от Вестмінстерське абатство чи Стоунхендж, не лише обліковуються як культурна спадщина, але й постійно аналізуються з точки зору туристичного навантаження, потреби у реставрації та ефективності супровідної інфраструктури [2, с. 18].

Особливу роль у методології відіграє якісний підхід до аналізу — експертні оцінки, опитування відвідувачів, етнографічні інтерв'ю, вивчення вражень туристів у соціальних мережах. Це дозволяє врахувати суб'єктивну складову туристичного досвіду, яка не піддається суворій кількісній фіксації, але суттєво впливає на імідж дестинації. Саме такий підхід практикується під час державного рейтингування британських туристичних пам'яток — коли об'єкти оцінюються не лише за кількістю відвідувань, але й за загальною задоволеністю туристів, рівнем сервісу, чистоти, культурного менеджменту.

Щодо туристичної інфраструктури, у Великій Британії застосовується модифікована модель оцінювання, що ґрунтується на функціонально-просторовому аналізі. Інфраструктура розглядається як система, що обслуговує усі стадії туристичного циклу — від планування подорожі до післявізитного сервісу. Її аналіз включає вивчення стану транспортного сполучення, готельної бази, закладів харчування, інформаційних систем, безпекових служб, фінансових та медичних сервісів. Методично це реалізується шляхом об'єднання статистичних показників (кількість готелів, рівень заселеності, ціновий сегмент), просторового аналізу (наявність та щільність інфраструктури в конкретних регіонах) та цифрового аналізу (бронювання, відгуки, присутність у мобільних додатках).

Важливо, що у Великій Британії одним із ключових критеріїв оцінки інфраструктури є її інклюзивність. Розвинена система сервісу для осіб з інвалідністю, туристів похилого віку, сімей з дітьми — усе це включається у систему незалежних оцінок, що активно впроваджуються на державному рівні через структури VisitEngland та VisitScotland. Крім того, сучасна британська

модель оцінювання інфраструктури акцентує увагу на екологічних параметрах — використання «зелених» технологій, енергозбереження, управління відходами, сертифікація за екостандартами [3].

Сучасна методика враховує і цифрову трансформацію туристичної галузі. У Британії активно розвиваються мобільні додатки для туристів, системи онлайн-бронювання, віртуальні екскурсії, чат-боти, адаптивні платформи для різних категорій туристів. Аналіз цих систем здійснюється не лише на основі користувацьких даних, а й через взаємодію з місцевою владою та операторами ринку, що дозволяє визначити реальну ефективність цифрової інфраструктури та її готовність до пікових навантажень, кризових ситуацій або змін попиту [2].

Крім технічних і сервісних аспектів, важливо також ураховувати просторову структуру інфраструктурної системи. Велика Британія характеризується значною концентрацією інфраструктури у Лондоні та південно-східних регіонах, тоді як Північна Ірландія, Шотландія та Уельс мають більш розосереджену і менш щільну мережу туристичних об'єктів. Цей регіональний дисбаланс обумовлює потребу в комплексному оцінюванні територіальної доступності ресурсів, що здійснюється за допомогою ГІС-аналізу, транспортного моделювання та створення так званих зон «туристичного проникнення» [3, с. 24].

Таким чином, методологія оцінки туристичних ресурсів та інфраструктури Великої Британії є надзвичайно розвиненою, комплексною та динамічною. Вона поєднує класичні інструменти кількісного аналізу з сучасними цифровими технологіями, інституційними підходами та орієнтацією на сталий розвиток. Британська модель може слугувати прикладом ефективного державного і громадського управління у сфері туризму, де кожен ресурс і кожен елемент інфраструктури розглядається як частина єдиної системи, зорієнтованої на якість, сталість і туристоцентричність.

РОЗДІЛ II. ТУРИСТИЧНО-ГЕОГРАФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

2.1. Географічне положення та особливості розташування

На сьогоднішній день Велика Британія входить до числа провідних туристичних країн світу. Вона є беззаперечним лідером серед держав Північної Європи як за кількістю міжнародних туристичних прибуттів, так і за доходами від туризму, які в середині першого десятиліття XXI століття становили близько €25 млрд. З 1990 року туристичний потік до країни демонструє стабільне зростання, і вже у 2005 році кількість іноземних відвідувачів досягла 30 мільйонів осіб. Це становить майже 7 % загальноєвропейського та близько 4 % світового обсягу міжнародного туризму.

Об'єднане Королівство розташоване у північно-західній частині Європи на островах і має сухопутний кордон лише з однією країною — Ірландією. Територію держави, відому як «Туманний Альбійон», омивають води Північної Атлантики. Загальна площа країни становить 224,8 тис. км², а чисельність населення — приблизно 61,1 млн осіб. Велика Британія є високоурбанізованою країною, з рівнем урбанізації близько 90 %.

Адміністративно країна поділяється на чотири історико-географічні частини: Англію, Шотландію, Уельс і Північну Ірландію — кожна з яких має власну національну та культурну самобутність.

Серед ключових характеристик геотуристичного положення Великої Британії варто виділити її природну ізолюваність, яка сприяла формуванню унікального культурного середовища; близькість до місткого споживчого ринку Європи та популярних туристичних регіонів сезонного відпочинку; розташування в зоні помірно комфортного клімату з різноманітними ландшафтами; а також значну культурну спадщину, що підсилює туристичну привабливість країни.

Кліматичні особливості Великої Британії значною мірою визначаються впливом теплої течії Гольфстрім, яка проходить уздовж західного узбережжя країни. Територія держави розташована в зоні помірно-континентального морського клімату, що характеризується м'якою зимою та прохолодним літом. Протягом більшої частини року середні температури коливаються в межах $+10...+20^{\circ}\text{C}$. Атмосферні опади розподілені рівномірно упродовж року, з невеликим підвищенням у осінньо-зимовий період. Для погоди характерні часті зміни, рясні опади, хмарність і тумани. Дощ і сонце можуть змінювати одне одного впродовж кількох хвилин. Південні курорти країни, зокрема Плімут, приваблюють тих, хто надає перевагу прохолодному, дощовому літу, а не активному засмаганням.

На півночі та заході країни домінує гірський рельєф, тоді як південна і південно-східна частини переважно горбисті. Клімат Британських островів залишається вологим і помірним, що зумовлено близькістю океану і впливом течії Гольфстрім. Середні температури січня становлять $+3...+7^{\circ}\text{C}$, а липня — $+11...+17^{\circ}\text{C}$. Найвища точка — 1344 м над рівнем моря.

Населення Великої Британії становить приблизно 61 млн осіб. Основну частину (92 %) складають корінні жителі, зокрема: англійці — 83,6 %, шотландці — 8,5 %, валлійці — 4,9 %, ірландці — 2,9 %. Щодо релігійної належності, більшість населення сповідує християнство (71,6 %), також присутні буддисти (0,3 %), індуїсти (1 %), іудеї (0,5 %), мусульмани (2,7 %), сикхи (0,6 %), представники інших релігій (0,6 %), а також атеїсти (15,5 %).

Оскільки Велика Британія складається з кількох історичних провінцій — Англії, Шотландії, Уельсу та Північної Ірландії — які в минулому були незалежними державами, її культура є поліетнічною. Населення країни демонструє значну етнічну й культурну різноманітність. Англійці, шотландці, валлійці та ірландці зберігають власні традиції, мову, цінності та культурні відмінності. Таким чином, Велика Британія, незважаючи на компактні розміри, являє собою складний культурний простір із чітко

вираженими регіональними відмінностями між Північчю та Півднем, Сходом і Заходом, що виявляються в повсякденному житті, традиціях, кухні, одязі й навіть мові. У деяких регіонах мешканці іноді важко розуміють одне одного через місцеві діалекти.

Проте спільне історичне минуле та тривале існування в межах єдиної держави зумовили формування певних загальнонаціональних рис, які досі залишаються частиною суспільної свідомості. Англійський національний характер часто описується як суперечливий і парадоксальний — його риси можуть мати прямо протилежні прояви. Водночас він залишається доволі цілісним і стабільним упродовж століть. Таку своєрідність часто пов'язують з острівним положенням країни, що сприяло формуванню унікальної ментальності — так званої «острівної психології». Вона виникла під впливом поєднання різних народів (бриттів, пиктів, кельтів, англосаксів тощо), а також внаслідок римських і нормандських завоювань та тісної взаємодії з континентальними культурами.

Адміністративно-політична структура Великої Британії включає чотири частини:

- Англію (39 графств, 6 метропольних графств та Великий Лондон; адміністративний центр — Лондон);
- Уельс (22 унітарні одиниці, серед яких 9 графств, 3 міста та 10 міст-графств; центр — Кардіфф);
- Шотландію (12 адміністративних одиниць: 9 округів та 3 основні території; центр — Единбург);
- Північну Ірландію (26 округів; центр — Белфаст).

2.2. Зародження та розвиток туризму у Великій Британії

Об'єднане Королівство Великої Британії та Північної Ірландії справедливо вважається колыскою сучасного туризму. Саме англієць Томас Кук у 1840-х роках започаткував перші організовані туристичні подорожі, пропонуючи екскурсійні поїздки та супроводжуючи їх виданням спеціальних путівників.

Його ініціатива стала прикладом для багатьох співвітчизників, і вже на початку 1850-х років у країні діяло кілька туристичних компаній. Щорічно понад 160 тисяч британців брали участь у подорожах по території Англії.

У 1855 році заснована Куком туристична фірма, яка функціонує й досі, організувала першу міжнародну групову подорож до Парижа з нагоди Всесвітньої виставки. Вже з 1856 року поїздки до країн Західної Європи стали регулярними. Саме цей період прийнято вважати початком етапу розвитку міжнародного туризму. [5, с. 39].

Історія розвитку туризму у Великій Британії є довгою та багатогранною, оскільки ця країна має багаті культурні, історичні та природні ресурси, які завжди приваблювали відвідувачів. Ось основні етапи розвитку туризму у Великій Британії [5, с. 43]:

- **Ранній туризм** (до XIX століття). *Римська епоха*: Вже під час римського правління (43-410 роки н.е.) люди відвідували термальні купальні в місті Бат.
- *Середньовіччя*: Паломництва до релігійних святинь, таких як собор Кентербері, були основною формою подорожей.
- *XVIII століття*: початок сучасного туризму. Гранд-тур: Подорожі молодих аристократів Європою, включаючи Велику Британію, стали популярними. Вони відвідували Лондон, Оксфорд, Кембридж та інші культурні центри. Відкриття курортів: Місця, такі як Бат і Брайтон, стали популярними серед вищих класів завдяки їхнім лікувальним водам та морському клімату.

– *XIX століття*: індустріальна революція і масовий туризм. Залізниці: Розвиток залізничного транспорту зробив подорожі доступнішими для широких верств населення. Це сприяло популярності таких курортів, як Брайтон і Блекпул. Томас Кук: У 1841 році Томас Кук організував першу комерційну туристичну поїздку з Лестера до Лафборо, що стало початком масового туризму.

– **XX століття**: розширення та диверсифікація Післявоєнний період: Після Другої світової війни туризм став ще доступнішим завдяки зростанню доходів і вдосконаленню транспортної інфраструктури. Британські туристи почали активно подорожувати як всередині країни, так і за кордон. Поява авіаперельотів: З розвитком авіації та зниженням вартості перельотів, зокрема завдяки лоукостерам, туризм став масовим явищем.

– **Сучасний туризм**. *Культурний туризм*: Лондон, з його багатою історією, музеями та театрами, є одним з найпопулярніших туристичних напрямків у світі. *Природний туризм*: Національні парки, такі як Озерний край (Lake District) і Шотландські гори (Scottish Highlands), приваблюють любителів природи.

– *Історичний туризм*: Відвідування історичних місць, таких як Стоунхендж, Вестмінстерське абатство та замок Віндзор.

– Тематичні подорожі: Зростає популярність тематичних турів, наприклад, по місцях зйомок серіалу "Гра престолів" або місцях, пов'язаних з Гаррі Поттером.

Більше ніж 6 % працездатного населення Великої Британії (понад 1,5 мільйона осіб) працюють у сфері туризму. Велика Британія вважається батьківщиною сучасного туризму як форми організованого культурного дозвілля. У 1840 році англійський проповідник Томас Кук із містечка Мельбурн заснував першу у світі туристичну компанію. Вже через рік ця фірма організувала подорож для 500 членів «Товариства тверезих»

передмістями Лондона, а протягом 1844–1846 років — екскурсійні поїздки до різних регіонів Англії та Шотландії [12].

До початку 1850-х років у Великій Британії вже функціонувало кілька туристичних фірм, і щороку понад 160 тисяч осіб подорожували країною. У 1856 році туристична компанія, заснована Куком, організувала першу групову подорож до країн Західної Європи, що вважається офіційним початком міжнародного туризму.

У другій половині XIX століття подорожі як у межах країни, так і за її межами набули масового характеру та розширилися за межі європейського континенту.

У 1860–1870-х роках з Великої Британії організовували туристичні подорожі до Сполучених Штатів Америки. Зокрема, у 1878 році близько 75 тисяч британців відвідали Всесвітню виставку в Парижі. Активний розвиток міжнародного туризму у Великій Британії розпочався раніше, ніж у більшості інших країн, що пояснюється рядом сприятливих соціально-економічних факторів.

Зокрема, у середині XIX століття Велика Британія мала вищий рівень економічного розвитку та, відповідно, добробуту населення порівняно з іншими країнами. Швидка урбанізація, запровадження обов'язкової початкової освіти, розвиток середньої та вищої освіти, а також прогресивне трудове законодавство, яке передбачало щорічну оплачувану відпустку для найманих працівників та обмеження тривалості робочого часу, стали передумовами зростання туристичної активності населення.

Крім того, важливу роль відіграв високий рівень розвитку транспортної інфраструктури, зокрема залізничного і морського сполучення, а також географічна близькість Великої Британії до континентальної Європи, що забезпечувала зручний доступ через протоку Ла-Манш [9, с. 21].

До початку Другої світової війни внутрішній туризм у Великій Британії значно переважав міжнародний. У 1930-х роках близько третини населення країни проводило відпустку в межах держави, тоді як за кордон щорічно виїжджало до одного мільйона осіб.

Після завершення Другої світової війни, особливо з кінця 1950-х років, туризм у країні почав стрімко розвиватися. Основними чинниками цього процесу стали масштабна модернізація дорожньої мережі, стрімке зростання кількості приватних автомобілів, а також розвиток і здешевлення авіаційних перевезень. Значним стимулом для розвитку туристичних подорожей стало також запровадження щорічної оплачуваної відпустки тривалістю дві, а для деяких категорій працівників — три тижні.

У Великій Британії сформувалися надзвичайно сприятливі умови для розвитку туризму. Жоден із регіонів країни не розташований далі ніж за 160 км від узбережжя, а значна кількість міст має прямий вихід до моря. Ландшафтне різноманіття також відіграє важливу роль: у кожному з чотирьох історико-географічних регіонів країни зустрічаються гірські або горбисті території, численні річки й озера. Крім того, в приватній власності населення перебуває понад 400 тисяч морських і понад 100 тисяч річкових прогулянкових суден [16].

Велика Британія приваблює туристів зі всього світу своєю багатовіковою історією, глибоко вкоріненою культурною традицією та характерним англійським колоритом. Країна має величезну кількість історичних пам'яток і культурних об'єктів, які охоплюють періоди від античності до сучасності. У музеях представлена одна з найбагатших у світі культурних спадщин, адже Велика Британія дала світові багатьох видатних письменників, науковців і політичних діячів.

Університети світового рівня, такі як Кембридж, Оксфорд, Единбург та інші, приваблюють студентів з різних країн. Крім того, у Лондоні, Глазго, Ліверпулі та інших великих містах країни регулярно відбуваються численні бізнес-форуми та конгреси, що сприяє розвитку ділового туризму.

Згідно з соціологічними опитуваннями, близько 75 % економічно активного населення Великої Британії щороку проводить свою відпустку за межами постійного місця проживання, при цьому приблизно 25 мільйонів осіб подорожують у межах країни. Основні туристичні потоки спрямовані з густонаселених центральних районів до морських курортів Південно-Східної Англії, зокрема Брайтона, Уертінга, Сіфорда, Маргіта тощо. Близько 15 % туристів відпочивають у гірських регіонах Шотландії та Уельсу, ще 8 % — на берегах річок та озер. Національні парки та ландшафтні зони щороку відвідують понад 15 мільйонів осіб, особливо у вихідні та святкові дні [27].

Станом на початок XXI століття Велика Британія посідає шосте місце у світі за кількістю іноземних туристів — понад 25 мільйонів осіб на рік. Щорічні витрати іноземних відвідувачів у країні становлять приблизно 17,2 млрд доларів США. Столиця держави, Лондон, є найпопулярнішим серед іноземців містом світу: у 2004 році його відвідало 15,6 мільйона осіб, що перевищує показники таких туристичних центрів, як Париж і Бангкок.

Найбільший потік туристів до Великої Британії забезпечують сусідні європейські країни, зокрема Німеччина, Франція, Ірландія, Бельгія, Нідерланди та держави Скандинавського півострова. Значна кількість відвідувачів також прибуває з США, Канади, Австралії, Нової Зеландії та Південно-Африканської Республіки. Останніми роками спостерігається динамічне зростання туристичного потоку з неєвропейських країн, зокрема з Північної Америки та Японії. Загальні витрати іноземних туристів у Великій Британії перевищують витрати британських громадян за кордоном, що забезпечує позитивне сальдо туристичного балансу. Туризм є важливою статтею доходів державного бюджету, формуючи близько 4–5 % ВВП країни та стабільні надходження іноземної валюти. Середня тривалість перебування іноземних туристів у країні становить 15–16 днів [30].

РОЗДІЛ III. ОЦІНКА ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

3.1. Характеристика рекреаційно-туристичних ресурсів

Велика Британія вирізняється значною кількістю визначних пам'яток історії та архітектури, що охоплюють різні історичні періоди — від античності до сучасності. У країні збережено чимало історичних місць і споруд, які становлять культурну цінність. Особливо вражає розмаїття музеїв: художніх, історичних, літературних, а також тематичних музеїв, присвячених життю і творчості видатних діячів — письменників (Вільяма Шекспіра, Чарльза Діккенса, Роберта Стівенсона, Редьярда Кіплінга, Вільяма Теккерея, Вальтера Скотта, Джорджа Байрона), учених (Ісаака Ньютона, Майкла Фарадея, Карла Маркса), а також відомих політичних і військових постатей (Уїнстона Черчилля, Гораціо Нельсона та ін.). Усе це створює сприятливі умови для розвитку пізнавального туризму [4, с. 121].

Крім того, Велика Британія є однією з найбільш економічно розвинених держав світу, де розміщені провідні міжнародні фінансові та торгові центри — Лондон, Ліверпуль, Глазго, а також знані науково-освітні осередки — Лондон, Оксфорд, Кембридж, Единбург [4, с. 121].

Велика Британія - це країна з багатою історією та культурою, яка приваблює мільйони туристів щороку. Основні аспекти туристичної привабливості Великої Британії включають:

1. Культурна спадщина: Велика Британія має вражаючу культурну спадщину, яка включає в себе історичні пам'ятки, музеї, галереї мистецтва та архітектурні шедеври. Наприклад, Лондон з його Британським музеєм, Тауером, Бібліотекою Британії та іншими культурними об'єктами.

2. Природні об'єкти: Велика Британія відома своїми прекрасними пейзажами, включаючи гірські хребти, озера, пляжі та парки. Наприклад, національний парк Лейк-Дістрікт, височини та побережжя Корнуолла.

3. Гастрономічні враження: Британська кухня вражає своєю різноманітністю та унікальними стравами, такими як ростбіф, пай, фіш енд чіпс та сніданок з беконом та яйцями.

4. Місцеві фестивалі та події: Велика Британія відома своїми різноманітними фестивалями та подіями, такими як Карнавал Ноттінгема, Фестиваль Единбурга та Регата Генлі [16].

Загалом, Велика Британія пропонує різноманітні можливості для туристів, незалежно від їхніх інтересів та уподобань.

Велика Британія, як батьківщина організованого туризму, традиційно характеризується високим рівнем його розвитку, стабільно займаючи п'яте–шосте місце у світі за показниками туристичних прибуттів та доходів. Значну частку іноземного туристичного потоку становлять ділові поїздки, пов'язані з участю у виставках, конференціях, ярмарках та інших професійних заходах. Лондон, як провідний фінансовий і діловий центр, є одним із найважливіших міст світу для бізнес-туризму. Крім Лондона, сучасні виставкові й конгрес-центри активно функціонують у Бірмінгемі, Кардіффі, Единбурзі, Глазго та Абердині.

Серед інших популярних цілей візитів переважає пізнавальний туризм. Туристів з усього світу приваблюють старовинні міста, культурні пам'ятки та музеї, які формують класичний образ традиційної Великої Британії. На території країни нараховується понад 6400 об'єктів культурно-пізнавального туризму, включаючи 27 об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [16, с. 131]. Розвинена туристична інфраструктура, а також вигідне фізико-географічне розташування, при якому жоден регіон не віддалений від моря більш ніж на 120 км, сприяють сталому туристичному потоку. Багато міст розташовані безпосередньо на узбережжі, що забезпечує додатковий приїзд туристів щороку.

Різноманітність природних ландшафтів є однією з важливих переваг Великої Британії як туристичної держави. У кожному з регіонів країни — Англії, Шотландії, Уельсі та Північній Ірландії — наявні гірські або горбисті

території, численні річки та озера. Туристичні можливості значно розширює й активне використання водного транспорту: у приватній власності британців налічується понад 400 тисяч морських та понад 100 тисяч річкових прогулянкових суден [17]. Понад 10 % території країни займають національні парки та ландшафтні території, які розташовані в усіх частинах держави. Найбільші з них знаходяться в Шотландії (Нортумберленд, Норт-Йорк-Мурс, Йоркшир-Дейлс), Уельсі (Ексмур, Дартмур) та Північній Англії (Дервент). Крім природної краси, туристів приваблює багатство архітектурних і історичних пам'яток, що наявні майже в кожному місті країни [17, с. 27].

Велика Британія користується популярністю серед туристів з усього світу завдяки своїй унікальній історичній спадщині, самобутній культурі та особливому національному колориту. Велика кількість визначних пам'яток, які охоплюють різні історичні епохи — від античності до сучасності, численні музеї з унікальними колекціями, а також внесок країни у світову науку, культуру та політику — усе це формує сталий інтерес до неї як до туристичного напрямку. Університети світового рівня, такі як Кембридж, Оксфорд, Единбург, приваблюють студентів із різних країн. А численні ділові заходи — форуми, конференції, виставки, що регулярно проводяться в Лондоні, Глазго, Ліверпулі та інших містах — сприяють активному розвитку бізнес-туризму [13].

Усі ці чинники, разом із кліматичними особливостями, створюють сприятливе середовище для розвитку туризму у Великій Британії. Погодні умови країни відрізняються значною мінливістю, що само по собі є своєрідною туристичною «родзинкою». Клімат Британських островів характеризується прохолодним, малосонячним літом та відносно м'якою зимою, при цьому погода може змінюватися не лише від сезону до сезону, а й від дня до дня. Така кліматична специфіка, разом із унікальними природними та культурними ресурсами, забезпечує стабільний туристичний інтерес до країни.

Британські острови відрізняються сукупністю різноманітних форм рельєфу на щодо невеликих територій. Для північної та західної частин архіпелагу характерні гірські масиви головних геологічних періодів, а ось південні та східні райони переважно рівнинні.

Однією з характерних рис гідрографії Великої Британії є велика кількість річок. Завдяки вологому клімату річки країни, як правило, є повноводними. Більшість із них бере початок у гірських масивах, після чого протікає через рівнинні та низинні території, утворюючи широкі річкові долини. Важливу роль у формуванні транспортної інфраструктури відіграють естуарії річок, а також значна порізаність берегової лінії, що створила сприятливі умови для розвитку портових міст. Яскравим прикладом є Лондон — найбільший морський порт країни, розташований на річці Темзі.

Клімат Великої Британії — вологий і м'який — створює сприятливі умови для зростання різноманітних видів рослинності та квітів. Деякі рослини мають важливе символічне значення для окремих частин Сполученого Королівства. Так, мак вважається символом пам'яті та миру, червона троянда є національною емблемою Англії, будяк символізує Шотландію, а нарцис і цибуля-порей — Уельс. Емблемою Ірландії є трилисник, який також має глибоке культурне й історичне значення.

Великобританія спочатку була відома як земля величезних лісів. З плином часу частина лісового масиву та майже всі низовини, розташовані за межами промислових районів, були піддані обробці. Для сучасної Великобританії характерний культурний ландшафт. Природна рослинність зберіглась лише у гірських районах. На сьогоднішній день під лісами залишилося лише близько 9 відсотків усієї території Британські острови.

Великобританія посідає 7-е місце з 50 країн за своєю культурною спадщиною (NBI) і найбільш високо оцінюється в США, Австралії, Канаді, Південній Африці, Польщі і Аргентині. Британські острови — це скарбниця історії та давніх місць [12].

Не дивно, що багато круїзних маршрутів мають ті, які включають Англію, Шотландію, Північну Ірландію, Ірландську Республіку, Уельс і навіть крихітний, незалежний острів Мен.



Рис. 2.1. Туристично-рекреаційні райони та основні туристичні центри Великобританії [11]

Туризм є однією з провідних галузей економіки Сполученого Королівства. Велика Британія входить до десятки світових лідерів туристичної індустрії, посідаючи восьме місце за кількістю відвідувачів після Франції, США, Іспанії, Китаю, Італії, Туреччини та Німеччини, а також п'яте місце у світі за обсягами туристичних доходів — після США, Китаю, Іспанії, Франції та Італії. Вплив туризму на розвиток окремих регіонів країни є нерівномірним, що пов'язано з історично сформованими відмінностями між центрами туристичної активності, специфікою туристичних цілей і видів подорожей, а також різними формами розміщення, характерними для внутрішнього та в'їзного туризму.

3.2. Основні туристичні пам'ятки та туристичні атракції

Велика Британія — держава з глибоким історичним корінням і багатою культурною спадщиною, що знайшли відображення в численних архітектурних та археологічних пам'ятках. Саме ці об'єкти стали підґрунтям для активного розвитку сучасного пізнавального туризму. Наразі 27 культурних і природних пам'яток країни включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, ще 17 об'єктів подані на розгляд для можливого внесення [25].

Серед найвідоміших пам'яток, визнаних ЮНЕСКО, варто відзначити замки та фортеці короля Едуарда I в королівстві Гвінед (Уельс), мегалітичні комплекси Стоунхендж і Ейвбері разом із прилеглими археологічними територіями Південно-Західної Англії, місто Бат, Вестмінстерський палац у Лондоні, історичні райони Единбурга (Старе і Нове місто), а також Кентерберійський собор, абатство Святого Августина та церкву Святого Мартіна в Кентербері.

Музейна справа у Великій Британії займає чільне місце в культурному житті країни: музеї функціонують майже в кожному місті й селищі, пропонуючи відвідувачам різноманітні експозиції. Основними музейними центрами є Лондон, Единбург і Кардіфф. Лондон, де нараховується близько 240 музеїв, вважається одним із провідних музейних осередків світу. Зокрема, Британський музей щороку приймає понад 4 мільйони відвідувачів. Його популярність пояснюється винятковістю колекцій з історії, археології, етнографії, природознавства, мистецтва, нумізматики, а також постійним оновленням експозицій і безкоштовним входом. Цікавий факт: у музеї офіційно працює кілька котів, які виконують функції охорони експонатів від гризунів. Коти є офіційними «державними службовцями», і їх можна впізнати за жовтими бантами на шії.

Велика Британія є країною, яка з глибокою повагою ставиться до пам'яті своїх видатних діячів. Місця, пов'язані з життям і творчістю знаменитих британців, нерідко перетворюються на туристичні центри

національного та світового значення. Їхнє відвідування стало своєрідною формою культурного паломництва, що надає особливого сенсу подорожам країною.

Яскравим прикладом є Музей Шерлока Холмса, відкритий у 1990 році в Лондоні. Британці давно сприймають цього вигаданого персонажа як цілком реальну постать, і музей, присвячений йому, посідає одне з провідних місць серед туристичних локацій міста, поступаючись за популярністю лише Тауеру, Вестмінстерському абатству та Британському музею. Іншим символічним місцем є Стратфорд-апон-Ейвон — батьківщина Вільяма Шекспіра, яка перетворилася на важливий центр культурного туризму. У місті діє музей у будинку, де народився драматург, з відтвореним інтер'єром XVI століття. Цінність експозиції становлять першодруки його творів, автографи й унікальні документи [12, с. 113].

У Ліверпулі діє музей сера Пола Маккартні, розташований у будинку № 20 на Шортлі-Роуд, де майбутній учасник гурту The Beatles проживав з 1955 до 1964 року. Саме тут були написані перші пісні ліверпульської четвірки, які стали культурним надбанням світового значення. В Единбурзі серед найбільш відомих пам'яток варто відзначити монумент Вальтеру Скотту, що за своїм архітектурним виглядом нагадує сакральний комплекс. У його центрі розташована скульптура письменника з собакою Маїдою, а навколо — фігури персонажів із його творів [6]. Тим часом будинок і місце роботи Чарльза Дарвіна подано на розгляд до включення у Список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Особливу роль у туристичному просторі Великої Британії відіграють замки, які символізують давні традиції, військову могутність та культурну спадщину. Сьогодні багато з них функціонують не лише як музеї, а й як готелі класу люкс, що поєднують атмосферу минулого з комфортом сучасності — пропонуючи відвідувачам верхову їзду, гольф, фехтування. Найбільше замків збереглося у Шотландії — серед них Інверлох, Единбурзький замок, Еті, Форбс та інші. Серед природних пам'яток варто

виділити узбережжя «Бруківка гігантів» у Північній Ірландії (графство Антрім), юрське узбережжя в графствах Дорсет і Східний Девон, а також Гринвіч у Лондоні — місце, через яке проходить нульовий меридіан. Окремої уваги заслуговує «Озерний край» у Північно-Західній Англії — мальовничий регіон з численними озерами та гірськими пейзажами, що став популярною туристичною локацією [6, с. 35].

Туризм у Великій Британії розвивався через культурні, історичні та технологічні зміни, які робили подорожі дедалі доступнішими і привабливішими для різних соціальних верств. Завдяки цьому, Велика Британія залишається однією з провідних туристичних країн світу.

Велика Британія багата на історичні, культурні та природні туристичні об'єкти, які приваблюють мільйони відвідувачів щороку. Ось деякі з найвідоміших і найпопулярніших туристичних об'єктів [11]:

Історичні та культурні об'єкти:

1. Лондон:

– Тауерський міст і Лондонський Тауер – історичні символи Лондона, які пропонують екскурсії та виставки про історію Англії.

– Букінгемський палац – резиденція британських монархів, відкрита для відвідувачів під час літнього сезону.

– Британський музей – один із найвідоміших музеїв світу з колекцією артефактів з усього світу.

– Національна галерея зберігає величезну колекцію європейського живопису.

– Вестмінстерський палац і Біг-Бен – історичний парламентський комплекс та знаменита годинникова вежа.

2. Шотландія:

– Единбурзький замок – історична фортеця з захоплюючими видами на місто та багатою історією.

– Холірудський палац – офіційна резиденція монарха у Шотландії.

– Лох-Несс – озеро, відоме своєю легендою про Лох-Несське чудовисько.

– Уельс

– Замок Кардіфф – історична фортеця з музеями та екскурсіями.

– Національний музей Кардіффа пропонує експозиції від природознавства до мистецтва.

3. Північна Ірландія:

– Гігантський шлях – унікальна природна формація з базальтових колон, включена до списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО.

– Титанік Белфаст – музей, присвячений історії "Титаніка", збудованого у Белфасті.

До природних об'єктів Великої Британії відносяться:

– Озерний край (Lake District) – Національний парк з мальовничими озерами, горами та пішохідними маршрутами.

– Національний парк Сноудонія (Snowdonia) – гори і природні красоти Уельсу з найвищою вершиною, горою Сноудон.

– Котсуолдс (Cotswolds) – район з мальовничими селами, історичними містечками та красивими краєвидами.

– Національний парк Пік-Дистрикт (Peak District) – перший національний парк Великої Британії з численними маршрутами для пішохідного туризму.

Сучасні туристичні об'єкти [11]:

– Лондонське око – велике оглядове колесо, що пропонує панорамні види на Лондон.

– Музей науки у Лондоні – інтерактивні експозиції, присвячені досягненням науки і техніки.

– Художня галерея Тейт Модерн – галерея сучасного мистецтва у Лондоні, розташована в колишній електростанції.

Тематичні та розважальні об'єкти

– Студії Гаррі Поттера у Лондоні – місце, де знімали фільми про Гаррі Поттера, з екскурсіями по декораціях, костюмах та спецефектах.

– Альтон-Тауерс – один із найбільших парків розваг у Великій Британії з численними атракціонами та тематичними зонами.

– Леголенд Віндзор – парк розваг для дітей, побудований на тематиці конструктора LEGO.

Велика Британія пропонує різноманітні туристичні об'єкти, що задовольняють інтереси найрізноманітніших категорій туристів. Історичні пам'ятки, музеї, природні парки та сучасні розважальні комплекси створюють унікальні можливості для захоплюючих подорожей і культурних відкриттів.

РОЗДІЛ IV. АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ВЕЛИКИЙ БРИТАНІЇ

4.1. Аналіз туристичних потоків Великобританії

Аналіз туристичних потоків у Великій Британії дає уявлення про те, звідки приїжджають туристи, які місця вони відвідують, скільки витрачають та які фактори впливають на їхні рішення. Ось детальний розгляд цього питання [18]:

Джерела туристичних потоків:

1. Міжнародні туристи:

- Європа: Найбільше туристів приїжджає з сусідніх європейських країн, таких як Франція, Німеччина та Ірландія.
- США та Канада: Північноамериканські туристи складають значну частку міжнародного туризму.
- Азія: Китай та Індія стають дедалі важливішими джерелами туристів завдяки зростанню середнього класу та покращенню транспортної доступності.

2. Внутрішній туризм:

Велика кількість туристичних потоків походить від самих британців, які подорожують країною на вихідні, канікули або короткі відпустки. Популярними напрямками є:

- Лондон є головною туристичною принадою з такими знаковими місцями, як Тауерський міст, Біг-Бен, Букінгемський палац, Британський музей та Лондонське око.
- Единбург: Відомий своїм замком, фестивалями та історичним центром.
- Манчестер і Ліверпуль: Популярні завдяки своїй культурі, музичним традиціям і спортивним подіям.
- Оксфорд і Кембридж: Відомі своїми університетами, історичними будівлями та атмосферою академічного життя.

3. Витрати туристів

- Іноземні туристи: В середньому витрачають більше, ніж внутрішні туристи, особливо на проживання, харчування та розваги.

- Внутрішні туристи: Витрачають значні кошти на короткі поїздки, готелі, ресторани та культурні заходи.

4. Фактори, що впливають на туристичні потоки

- Економічні фактори: Курс валют, економічна стабільність країн-донорів туристів.

- Політичні фактори: Політична стабільність, візові режими, вплив Брекзиту.

- Сезонність: Літні місяці та період різдвяних свят є найпопулярнішими для подорожей.

- Культурні події: Фестивалі, спортивні події, виставки приваблюють туристів у певні періоди.

5. Виклики та можливості

Виклики:

- Брекзит: Вплинув на правила в'їзду та виїзду з ЄС, створивши нові виклики для туристів з Європи.

- Ковід-19: Суттєво вплинув на туристичний сектор, викликавши зниження кількості туристів і доходів.

- Екологічні питання: Зростаючий інтерес до сталого туризму створює нові вимоги до туристичної індустрії.

Можливості:

- Технології: Використання цифрових платформ для бронювання та планування подорожей.

- Культурний туризм: Зростання інтересу до культурних і освітніх турів.

- Екологічний туризм: Підвищення попиту на екологічно чисті та стійкі туристичні практики.

Туристичні потоки у Великій Британії формуються під впливом економічних, політичних, культурних та екологічних факторів. Велика

Британія залишається популярним напрямком завдяки своїй багатій історії, культурній спадщині та природним красотам, приваблюючи мільйони відвідувачів з усього світу щороку.

4.2 Сучасний стан туристичного ринку Великої Британії

Подорожі та туризм роблять значний внесок в економіку Сполученого Королівства (UK). У 2022 році загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Великобританії зріс приблизно до 237,1 мільярда британських фунтів. Хоча ця цифра була на 4,6 відсотка нижчою, ніж у 2019 році, вона означала майже відновлення від руйнівних наслідків пандемії коронавірусу (COVID-19) для індустрії подорожей і туризму, принаймні з фінансової точки зору. Однак, що стосується внеску подорожей і туризму на ринок праці Великобританії, відновлення було менш очевидним, оскільки цей сектор забезпечував майже 4,3 мільйона робочих місць у 2019 році та 3,64 мільйона в 2022 році. З точки зору розподілу подорожей і туризму витрати у Великобританії, витрати на відпочинок становлять домінуючу частку, яка дещо зросла в 2022 році порівняно з 2019 роком, оскільки витрати на бізнес скоротилися [29].

У 2022 році кількість в'їзних туристів у Великобританію склала приблизно 31 мільйон, що майже в п'ять разів більше, ніж у попередньому році. Не дивно, що разом із різким збільшенням кількості міжнародних мандрівників зросли витрати. Наприклад, витрати мандрівників зі Сполучених Штатів – провідного ринку в'їзного туризму у Великій Британії, виходячи з витрат на подорожі – у 2022 році склали майже шість мільярдів британських фунтів стерлінгів, що приблизно на 42 відсотки перевищило показник 2019 року. У протилежному напрямку кількість виїзних туристичних візитів із Великої Британії вдвічі перевищила кількість в'їзних туристів у 2022 році, досягнувши приблизно 71 мільйона. Серед британців, які вирішили провести свою відпустку вдома (також відому як «staycation»), того року на внутрішній туризм у Великій Британії було витрачено майже 80

мільйонів британських фунтів стерлінгів , що, незважаючи на те, що на 74 відсотки більше, ніж у попередньому році, все ще було на 15 відсотків менше, ніж у 2019 році [28].

У той час як частка британців, які брали дні відпустки, знизилася в перші два роки пандемії COVID-19, цей сценарій значно покращився у 2022 році та продовжував відбуватися у 2023 році. Якщо зосередитися на міжнародних подорожах, Іспанія, Сполучені Штати та Франція визнано провідним ринком виїзних подорожей у Великобританії на основі зростання попиту на подорожі в Google станом на червень 2023 р. З іншого боку, згідно з опитуванням у травні 2023 р., південний захід став провідним регіоном для літнього відпочинку у Великобританії. . Дивлячись на ставлення до подорожей у Сполученому Королівстві, Global Consumer Survey Statista показало, що приблизно третина респондентів любила бути на природі під час подорожей у 2023 році. Тим часом 38 відсотків опитаних британців завжди шукали найдешевші пропозиції, коли планували подорож. Відповідно до опитування, проведеного в листопаді 2023 року , зростання вартості життя є основною перешкодою для нічних поїздок у Великобританії [30].

Після різкого скорочення протягом перших двох років пандемії коронавірусу (COVID-19) міжнародні туристичні відвідування Сполученого Королівства повернулися у 2022 році. Загалом кількість закордонних візитів до Великобританії у 2022 році склала трохи більше 31 мільйона, збільшившись на майже 25 мільйонів з 2021 року, але все ще залишаються нижче рівня до пандемії. У 2024 році закордонні візити до Великобританії, за прогнозами, зростуть і далі, зростучи приблизно до 39,5 мільйонів [30].

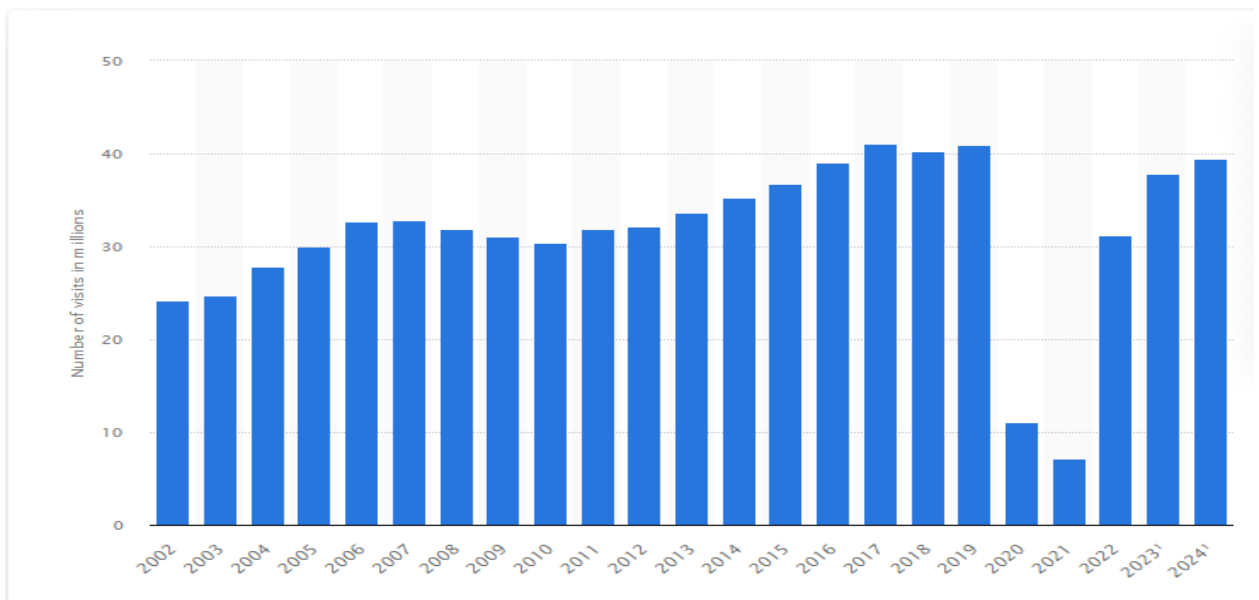


Рис. 3.1. Кількість візитів закордонних резидентів до Сполученого Королівства (Великобританії) з 2002 по 2022 роки з прогнозом на 2023 та 2024 роки (в мільйонах) [30]

У 2022 році Лондон був найбільш відвідуваним міжнародними туристами містом у Сполученому Королівстві. Того року загальна кількість в'їзних візитів до столиці Великобританії склала трохи більше 16 мільйонів, що приблизно на 26 відсотків менше, ніж у 2019 році до епідемії коронавірусу (COVID-19) пандемія. Далі в рейтингу йдуть Единбург і Манчестер, які повідомили про 1,8 мільйона та 1,2 мільйона відвідувань. Загалом у 2022 році кількість в'їзних візитів до Сполученого Королівства перевищила 30 мільйонів, але залишилася нижче рівня до пандемії [30].

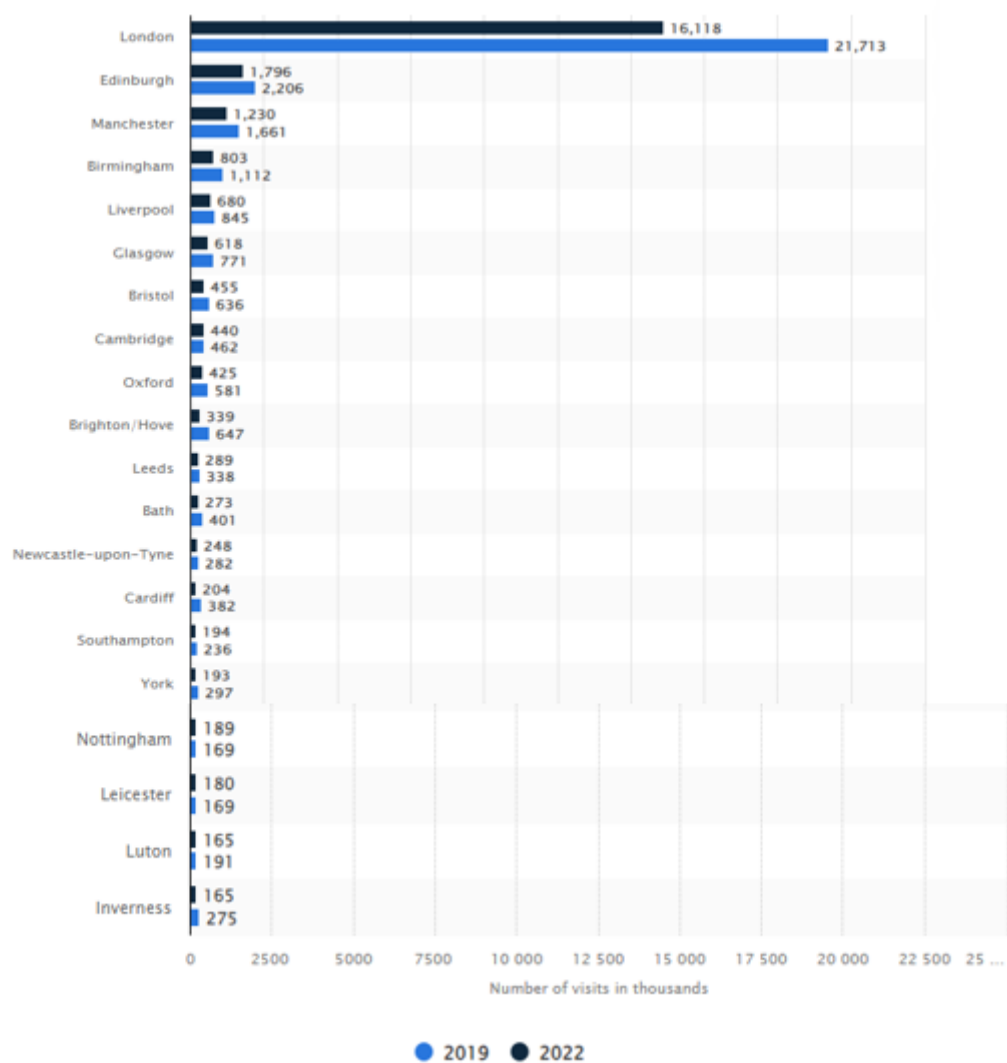


Рис. 3.2. Міста та населені пункти Сполученого Королівства (Великобританії) у рейтингу міжнародних відвідувань у 2019 та 2022 роках (за 1000 відвідувань) [30]

У 2022 році прямий і непрямий внесок подорожей і туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) Сполученого Королівства був на 4,6 відсотка нижчим, ніж у 2019 році, за рік до початку пандемії коронавірусу (COVID-19). Загалом загальний внесок цих галузей у ВВП країни склав приблизно 237 мільярдів британських фунтів у 2022 році [27].

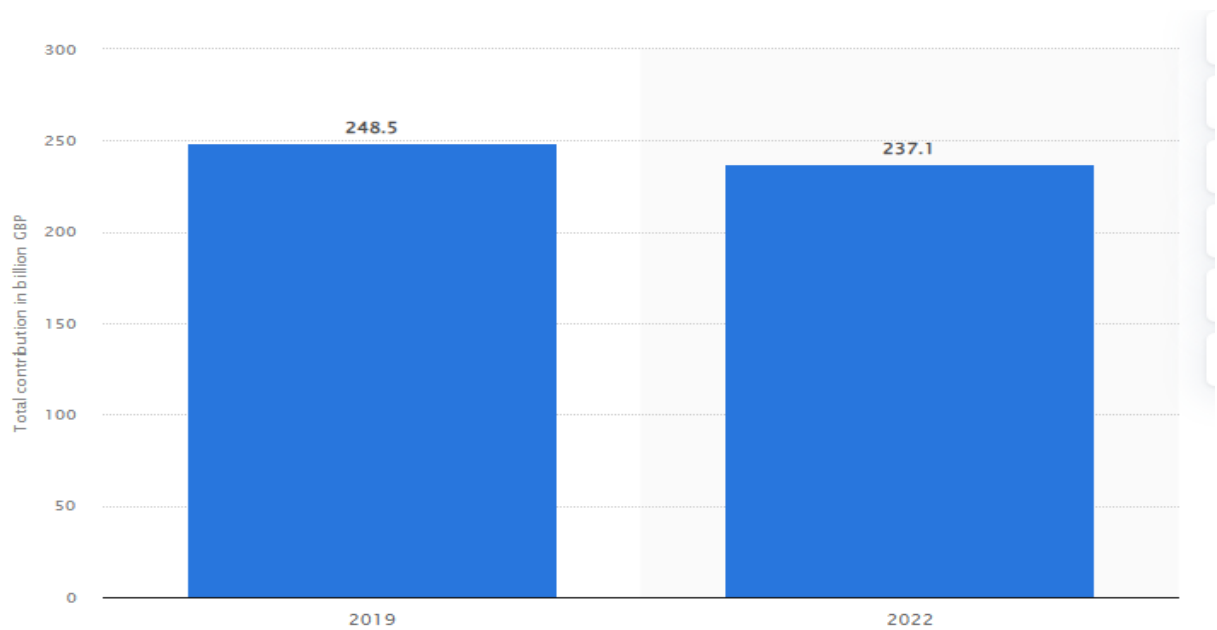


Рис. 3.3. Загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Сполученого Королівства (Великобританії) у 2019 та 2022 роках (у млрд фунтів стерлінгів) [27]

У той час як у 2021 р. кількість в'їзних резидентів до Сполученого Королівства впала до трохи вище шести мільйонів – це найнижчий показник за два десятиліття – кількість в'їзних туристичних візитів до Сполученого Королівства відновилося у 2022 р., перевищивши 31 млн. Однак кількість міжнародних прибуттів залишилася нижчою за рівень до пандемії. Подібним чином, хоча виїзні туристичні візити з Великої Британії зросли майже вчетверо у 2022 році порівняно з попереднім роком, країна все одно повідомила приблизно на 20 млн. поїздок за кордон менше, ніж у 2019 р. [13, с. 85].

Як до, так і після впливу кризи у сфері охорони здоров'я відпустка залишалася основною метою подорожей для виїзних візитів із Великобританії. У 2022 році Іспанія була найбільш відвідуваним місцем відпочинку мандрівниками з Великобританії, за нею йшли Франція, Греція та Португалія [13, с. 87].

4.3. Перспективи розвитку туристичної інфраструктури Великої Британії

Розвиток туристичної інфраструктури є ключовим фактором, що впливає на привабливість країни для туристів, а також на її здатність конкурувати на міжнародному туристичному ринку. Розглянемо перспективи розвитку туристичної інфраструктури Великої Британії [12, с. 406].

1. Інвестиції в транспортну інфраструктуру

Розширення та модернізація аеропортів: Heathrow Expansion: Розширення аеропорту Хітроу з новою злітно-посадковою смугою та терміналом для підвищення пасажиропотоку.

Регіональні аеропорти: Поліпшення інфраструктури регіональних аеропортів, таких як Манчестер, Бірмінгем і Единбург, для підтримки зростання міжнародних та внутрішніх рейсів.

Розвиток залізничного транспорту: HS2 (High Speed 2): Будівництво високошвидкісної залізниці, що з'єднає Лондон з Бірмінгемом, Манчестером та Лідсом, скоротивши час подорожі та покращивши сполучення між регіонами.

Crossrail (Elizabeth Line): Новий залізничний маршрут через Лондон, який поліпшить зв'язок між східними та західними частинами міста.

2. Розширення готельного бізнесу та індустрії гостинності

Будівництво нових готелів та модернізація існуючих:

Зростання попиту на різні типи проживання, включаючи бюджетні готелі, бутик-готелі, а також готелі преміум-класу.

Інвестиції в модернізацію існуючих готелів для підвищення якості послуг та комфортності проживання.

Підтримка розвитку малих бізнесів у сфері гостинності:

Сприяння розвитку B&B (Bed and Breakfast), апартаментів та інших форм розміщення, особливо в сільській місцевості та малих містах.

3. Розвиток туристичних атракцій та культурної інфраструктури

Модернізація існуючих атракцій: Інвестиції в оновлення та покращення відомих туристичних місць, таких як Лондонський Тауер, Стоунхендж, музеї та галереї.

Розвиток нових атракцій:

Створення нових музеїв, культурних центрів та розважальних парків для залучення туристів.

Підтримка розвитку тематичних парків та інтерактивних виставок, орієнтованих на сучасні технології та віртуальну реальність.

4. Цифрова трансформація та інновації

Інтеграція цифрових технологій: Впровадження мобільних додатків для туристів, що надають інформацію про маршрути, бронювання квитків, туристичні гідів тощо.

Використання технологій доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для створення інтерактивних екскурсій та віртуальних турів.

Розвиток інтернет-інфраструктури: Покращення доступу до високошвидкісного інтернету та Wi-Fi в туристичних зонах, готелях, ресторанах та інших громадських місцях.

5. Підтримка сталого розвитку

Екологічні ініціативи: Сприяння розвитку екологічно чистого транспорту, включаючи електромобілі та громадський транспорт.

Підтримка екологічно дружніх готелів та атракцій, що знижують вплив на навколишнє середовище.

Розвиток зеленого туризму: Заохочення туристів до відвідування національних парків, природних заповідників та екологічних маршрутів.

Підтримка місцевих громад та збереження культурної спадщини через туризм.

Розвиток туристичної інфраструктури у Великій Британії має великі перспективи завдяки інвестиціям у транспорт, готельний бізнес, культурні атракції та цифрові технології. Сприяння сталому розвитку та екологічним ініціативам допоможе зробити туризм більш привабливим та стійким.

Впровадження новітніх технологій забезпечить сучасний і комфортний досвід для туристів, що в свою чергу сприятиме зростанню туристичних потоків та розвитку економіки країни.

Перспективи розвитку туристичної сфери Великої Британії до 2025 року обіцяють бути динамічними та орієнтованими на інновації, стійкість та підвищення якості послуг. Розглянемо ключові напрями розвитку, які можуть вплинути на туристичну сферу в найближчі роки.

1. Відновлення після пандемії COVID-19

Збільшення туристичних потоків: Після спаду, викликаного пандемією, очікується відновлення і подальше зростання кількості туристів. Велика Британія активно працює над відновленням авіасполучень та залученням міжнародних туристів.

Безпека та здоров'я: Підвищена увага до санітарних норм, гігієни та безпеки туристів. Впровадження нових стандартів безпеки у готелях, ресторанах, туристичних атракціях та транспорті.

2. Цифрова трансформація

Смарт-технології: Інтеграція цифрових технологій для покращення туристичного досвіду, включаючи мобільні додатки, безконтактні платежі, цифрові квитки та гіді.

Віртуальний туризм: Розвиток платформ для віртуальних турів і онлайн-відвідувань музеїв, виставок і пам'яток для тих, хто не може подорожувати фізично.

3. Стійкий та екологічний туризм

Екологічні ініціативи: Підтримка розвитку еко-готелів, зеленої інфраструктури та екологічно чистого транспорту. Заохочення до використання електромобілів та велосипедів.

Збереження культурної та природної спадщини: Акцент на збереженні культурних, історичних та природних пам'яток шляхом сталого управління туристичними ресурсами.

4. Розвиток нових туристичних напрямків

Регіональний туризм: Просування менш відомих регіонів та міст Великої Британії для розвантаження популярних туристичних центрів, таких як Лондон, Единбург та Оксфорд.

Спеціалізовані тури: Розвиток тематичних турів, таких як гастрономічний, винний, історичний та літературний туризм.

5. Інфраструктурні проекти

Транспортні проекти: Завершення ключових транспортних проектів, таких як High Speed 2 (HS2) та Crossrail, які покращать зв'язок між містами та регіонами.

Модернізація аеропортів та залізниць: Інвестиції в модернізацію аеропортів та залізничних станцій для підвищення їхньої пропускної здатності та комфорту для пасажирів.

6. Підтримка малого та середнього бізнесу в туризмі

Гранти та пільгові програми: Надання фінансової підтримки малим та середнім підприємствам у сфері гостинності для їх відновлення та розвитку.

Підтримка місцевих ініціатив: Заохочення розвитку локальних туристичних ініціатив, включаючи фермерські господарства, ремісничі майстерні та гастрономічні тури.

7. Маркетинг та промоція

Цільові кампанії: Проведення міжнародних маркетингових кампаній для залучення туристів з нових ринків, таких як Китай, Індія та країни Південно-Східної Азії.

Внутрішній туризм: Промоція внутрішнього туризму серед британців для підтримки національної туристичної індустрії.

8. Культурні та спортивні заходи

Міжнародні події: Проведення міжнародних культурних і спортивних заходів, таких як чемпіонати, фестивалі та виставки, що сприяють залученню туристів.

Локальні фестивалі: Підтримка та промоція локальних фестивалів, що відображають культурне різноманіття та історичну спадщину регіонів.

До 2026 року туристична сфера Великої Британії має великий потенціал для зростання та розвитку завдяки інвестиціям у транспортну та цифрову інфраструктуру, сталий розвиток, підтримку малого бізнесу та активну промоцію як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Важливими будуть зусилля щодо відновлення після пандемії та адаптації до нових вимог безпеки та гігієни. Ці кроки сприятимуть підвищенню привабливості Великої Британії як туристичної дестинації.

РОЗДІЛ V. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА ІНДУСТРІЯ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ

5.1. Історія розвитку готельно-ресторанної індустрії Великої Британії

Великобританія має багатий історичний спадок, який включає численні звичаї та традиції. На її території збереглися кам'яні кола та кургани з епохи кам'яного віку, круглі житла з часів залізного та бронзового віків, римські поселення, дороги та фортифікації, а також спадщина саксів і вікінгів. Особливу цінність представляють норманські кам'яні замки та церкви, пам'ятки доби Тюдорів, а також архітектурні й інженерні досягнення часів промислової революції, створені вікторіанськими будівельниками та винахідниками. Навіть ті, хто не цікавиться історією Великобританії, не раз бачили ці пам'ятки в телепередачах, інтернеті, книгах або газетах. Варто зазначити, що архітектурні пам'ятки, мистецькі твори та ремесла, що становлять частину англійської спадщини, мають значну цінність для будь-яких досліджень.

Завдяки багатій історичній спадщині та численним пам'яткам, Великобританія стала популярним напрямком для туристів з усього світу.

Паралельно до розвитку туризму у країні відбувалось становлення сфери гостинності. Найстрімкіший розвиток припадає саме на період від XVI до XX століть.

Період Нового часу (XVI-XIX ст.) став важливим етапом у розвитку суспільних відносин в Європі, який супроводжувався суттєвими змінами в економічному та культурному житті. Пожвавлення торгівлі та розширення сфери зайнятості вплинули на розвиток подорожей і спричинили еволюцію в сфері гостинності, що призвело до збільшення кількості закладів розміщення та харчування, їх модернізації, спеціалізації та підвищення якості обслуговування.

У XVI столітті в Європі активно будували придорожні заїжджі двори та трактири. Розвиток диліжансового сполучення сприяв збільшенню їхньої кількості. Особливо популярними стали фахверкові придорожні готелі Англії, що вирізнялися кам'яним цоколем з одно- або двоповерховим дерев'яним каркасом. Планування таких готелів мало стандартну структуру: на першому поверсі розміщувалися конюшні, таверни та господарські приміщення, а житлові кімнати знаходилися на другому поверсі, з'єднаному відкритою галереєю, що виходила у внутрішній двір. Цей прямокутний двір часто використовувався як імпровізована сцена для народних театральних вистав. Саме така архітектурна схема згодом вплинула на формування структури англійських театрів [36].

На початку XVII століття в Англії виник новий тип закладів гостинності — банкетні зали та клуби. Банкетні зали поєднували в собі функції місць для проведення урочистих прийомів, святкувань, організації харчування, розміщення гостей і розважальних заходів. Першим закладом такого типу став «Banqueting House» у Лондоні, зведений спеціально для проведення державних урочистостей, зустрічей із закордонними делегаціями та придворних театральних вистав. Згодом у Лондоні було зведено ще один грандіозний банкетний зал — «Pantheon», який вирізнявся вишуканою архітектурою, розкішним внутрішнім оформленням та високим рівнем обслуговування [37].

На початку XIX століття англійці перейняли французькі традиції кулінарного мистецтва та концепцію ресторанного обслуговування, доповнивши їх власними естетичними рішеннями в оформленні інтер'єру та високим рівнем сервісу. Це сприяло зростанню престижу англійських ресторанів. У кінці XIX — на початку XX століття індустрія гостинності зазнала суттєвих трансформацій: значно збільшилася кількість закладів, розширилися їхні функціональні можливості, покращилась якість обслуговування, а також модернізувалась архітектура. Було розроблено стандарти надання послуг та впроваджено нові елементи оформлення. Нові

готелі будували з урахуванням чіткої диференціації за розмірами, умовами проживання та рівнем обслуговування, часто в центрі міст поблизу важливих транспортних вузлів, таких як вокзали та магістралі. У престижних районах великих міст почали з'являтися спеціалізовані готелі, орієнтовані на забезпечення максимального комфорту для заможних гостей — представників бізнесу, політики та мистецьких кіл. Так, у Лондоні протягом 1905–1908 років було відкрито готель «Piccadilly», який на той час вважався архітектурним досягненням. Заклад вирізнявся просторим вестибюлем, наявністю ліфтів, вишуканим оздобленням номерів із дорогими меблями, декоративними тканинами та сучасним сантехнічним обладнанням [37].

Варто підкреслити ключові чинники, що сприяли становленню та розвитку сфери гостинності у Великій Британії:

1. Соціальні чинники — трансформації в суспільних відносинах спричинили активну мобільність населення, що, своєю чергою, викликало потребу у створенні закладів тимчасового розміщення;
2. Економічні чинники — зростання рівня доходів громадян і загальне покращення економічної ситуації в країні створили умови для розширення індустрії гостинності;
3. Культурні чинники — впливи, зокрема французької культури та ментальності, суттєво позначилися на очікуваннях, цінностях і мотивах мандрівників;
4. Науково-технічний прогрес — широке впровадження технічних і наукових досягнень забезпечило динамічний розвиток готельного бізнесу та сервісної інфраструктури;
5. Політичні чинники — формування державної системи законодавчого й нормативного регулювання вплинуло на стандарти функціонування та проєктування закладів гостинності;
6. Ресурсні чинники — активне освоєння природних і культурно-історичних ресурсів стимулювало розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури, в центрі якої опинилася саме сфера гостинності;

7. Історичні чинники — історичні передумови та етапи становлення гостинності знайшли відображення в еволюції її форм, моделей організації й функціонування [37].

Узагальнимо етапи розвитку у таблиці 5.1.

Таблиця 5.1

Історія розвитку готельно-ресторанної індустрії Великої Британії [37]

Період	Ключові події та явища	Особливості готельно-ресторанної індустрії
Стародавні часи – Середньовіччя	Кургани, римські поселення, саксонська та норманська спадщина	Поява перших притулків для мандрівників при монастирях, заїжджих дворів
XVI ст.	Активне будівництво трактирів і заїжджих дворів	Придорожні фахверкові готелі з дворовою забудовою, початковий рівень організації гостинності
XVII ст.	Поява банкетних залів і клубів	Формування спеціалізованих закладів (Banqueting House, Pantheon), поєднання функцій розміщення, харчування й анімації
XIX ст.	Індустріалізація, розвиток транспорту	Запозичення французької ресторанної культури, підвищення рівня сервісу та естетики
Кінець XIX – поч. XX ст.	Урбанізація, технічний прогрес	Масове будівництво готелів з диференціацією за рівнем комфорту, створення стандартів обслуговування (готель "Piccadilly")

Історія розвитку готельно-ресторанної індустрії Великої Британії демонструє послідовну еволюцію від простих форм тимчасового розміщення до високоспеціалізованих і комфортних закладів, що відповідають міжнародним стандартам. Розвиток цієї сфери був тісно пов'язаний з економічними, соціальними та культурними змінами в суспільстві, а також із впровадженням досягнень науки і техніки. Особливо стрімкий розвиток спостерігався у період Нового часу (XVI–XIX ст.) та на межі XIX–XX століть. Унікальне поєднання історичної спадщини, архітектури, культури та сучасних технологій зробило британську готельно-ресторанну індустрію однією з найвпливовіших і найрозвиненіших у світі.

5.2. Класифікація та типологія готельних і ресторанних закладів Великої Британії

У Великій Британії процес сертифікації закладів розміщення здійснюється переважно недержавними організаціями [2]. Однією з них є Automobile Association Development Limited (A.A.), яка надає об'єктивну інформацію про готелі на своєму відкритому інтернет-ресурсі. Royal Automobile Club (Королівський автомобільний клуб) займається класифікацією готелів, присвоюючи їм червоні та золоті зірки. Аналогічну функцію виконує й Association of British Travel Agents (ABTA) — Асоціація британських турагентств. Водночас English Tourist Board (Англійська туристична рада) застосовує власну систему оцінювання, присвоюючи готелям символи у вигляді корон.

Бачимо, що у Великобританії існує три типи зіркової класифікації готелів:

- чорні зірки — основна категорія від 1* до 5*, яка вказує на відповідність загальноприйнятим міжнародним стандартам. проте готель з трьома зірками не завжди відповідає усім вимогам цієї категорії: номери можуть бути меншими, ніж передбачено стандартом, а рівень сервісу — скромнішим;
- червоні зірки — додаткова відзнака, яка означає, що готель отримав високу оцінку інспекторів за загальні враження та якість обслуговування, тобто вважається «особливо рекомендованим»;
- золоті зірки — спеціальна відзнака, яку присуджують за підсумками перевірки представники королівського автомобільного клубу (royal automobile club), що свідчить про особливий клас готелю [41].

Найпоширенішою системою класифікації в країні є та, яку запропонувала Асоціація британських турагентств (ABTA). Водночас у деяких регіонах усе ще використовується стара система оцінювання, за якою готелям присвоюються не зірки, а корони — класифікація, що надається Англійською туристичною радою (English Tourist Board).

Згідно з найпоширенішою у Великій Британії системою класифікації, запропонованою Асоціацією британських туристичних агентств, готелі поділяються на відповідні категорії: (рис. 5.1)

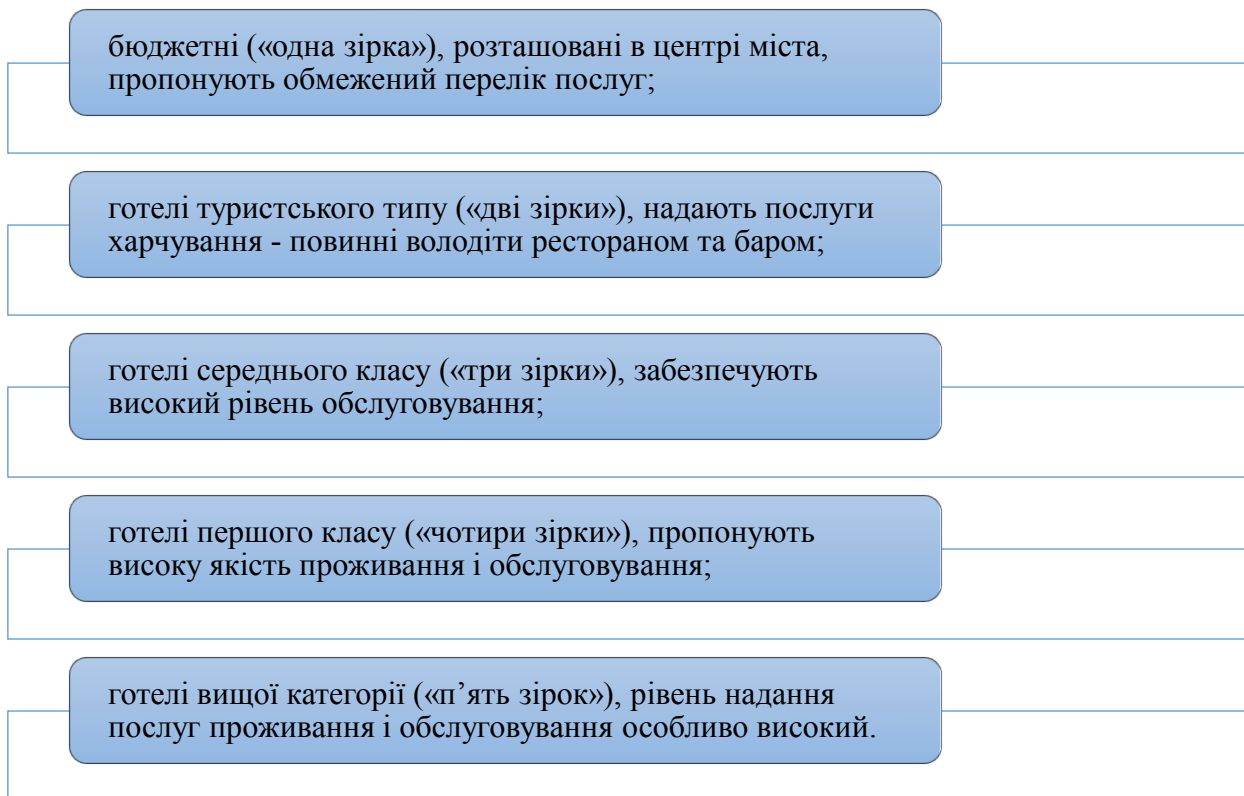


Рис. 5.1. Класифікація готелів Великобританії за (АВТА) [41]

Кожне підприємство щорічно проходить інспекцію та класифікується за спеціальними критеріями. Цю роботу виконують спеціальні інспектори, які проводять регулярні та детальні обстеження готелів. Кожен інспектор повинен мати спеціалізовану освіту в галузі готельного та ресторанного бізнесу, а також відповідну теоретичну та практичну підготовку. Інспектори зобов'язані регулярно проходити курси підвищення кваліфікації, щоб гарантувати дотримання національних стандартів. Перевірка готелів здійснюється анонімно: інспектор зупиняється на одну ніч як звичайний клієнт, а після отримання рахунку вранці розкриває свою особу і проводить детальну перевірку закладу. Якщо готель отримує схвальну оцінку та відповідну кількість зірок, він підлягає такій самій інспекції щорічно. У разі

зміни власника готель автоматично втрачає свою класифікацію і має бути переатестованим під управлінням нового власника. Вартість атестації залежить від розміру готелю та рівня оснащеності, а також включає оплату реєстрації присвоєної категорії [40].

У Великій Британії за стандартами, встановленими Британською туристичною асоціацією (БТА), готелям зазвичай присвоюється від однієї до п'яти чорних зірок, які відображають рівень відповідності національним стандартам — від базового до висококласного рівня обслуговування. Окрім цього, кожен готель отримує додаткову відсоткову оцінку, що дозволяє врахувати якісні відмінності між об'єктами, які мають однакову кількість зірок. Цей показник формується інспектором на основі загального враження від рівня послуг і обслуговування [41].

Зокрема:

- 50–59 % — готель відповідає всім мінімальним вимогам стандарту, пропонуючи просте, але прийнятне розміщення, базові зручності та послуги;
- 60–69 % — готель не лише відповідає базовим вимогам, але й демонструє підвищений рівень якості за окремими видами обслуговування.

Більш зручним варіантом розміщення вважаються так звані «будинки для гостей» (bungalow), які за рівнем комфорту відповідають дво- або тризірковим готелям. Туристичні готелі зазвичай належать до категорії тризіркових або чотиризіркових закладів і вирізняються вищим рівнем обслуговування. У свою чергу, готелі класу чотири-п'ять зірок часто мають назву «будинок вина» (jindian). Варто зазначити, що якість послуг у таких закладах за китайськими стандартами не поступається європейським аналогам.

Ресторанний сектор Великої Британії є одним із найрізноманітніших та найдинамічніших у світі, поєднуючи багатовікові традиції англійської кухні з просторовими та кулінарними інноваціями сучасності. Класифікація та

типологія ресторанів дають змогу систематизувати цей розмаїтий ринок за кількома ключовими параметрами: форматом обслуговування, концепцією кухні, рівнем престижу, ціновим сегментом та організацією просторового середовища.

Розглянемо п'ять основних параметрів класифікації, зокрема від швидкого обслуговування до вишуканого Fine Dining; від традиційних англійських закладів до мультикультурних та ф'южн-концепцій; від скромних кав'ярень до мішленівських ресторанів із рейтингом AA Rosettes; а також різні цінові сегменти й формати простору, що віддзеркалюють сучасні тенденції у сфері гостинності (табл. 5.2) [43].

Таблиця 5.2

Класифікація та приклади ресторанів Великої Британії [3;4;5]

Параметр класифікації	Категорії	Приклади
За типом обслуговування	Quick Service Restaurants (QSR) / Fast Food; Limited Service (кафе, кіоски); Casual Dining; Fine Dining	McDonald's, Pret A Manger; Costa Coffee; Prezzo, Zizzi; The Ledbury, Restaurant Gordon Ramsay
За концепцією/кухнею	Традиційна англійська; Gastropub; Італійська, французька, індійська, китайська; Fusion / Модерн	The Eagle; Dishoom; Hakkasan; Duck & Waffle
За рівнем престижу й нагородами	Michelin- зіркові; AA Rosette (1–5); Beak Street- клуби; Локальні сімейні заклади	The Fat Duck; Simpson's-in-the-Strand
За ціновим сегментом	Економ (до ~£15); Середній (£15–35); Вище середнього (£35–70); Преміум (>£70)	Nando's; Gaucho; Le Gavroche
За форматом простору	Open- plan / просторі лофти; Private dining / окремі кімнати; Pop- up і seasonal concepts; Street food- аркади та маркети	Sketch; Clove Club; Boxpark (shipping containers); KERB markets

Проведений аналіз класифікації та типології ресторанів Великої Британії засвідчує, що ринок характеризується високим рівнем сегментації та адаптивності до змін споживчих уподобань. Чітке розмежування за типом обслуговування дозволяє оцінити економічні моделі від QSR до Fine Dining, а виділення кухонь та концепцій — усталені традиції і новаторські тренди.

5.3. Поточний стан розвитку готельно-ресторанної індустрії Великої Британії

Великобританія, відома своєю сильною економікою та статусом країни з постіндустріальною економікою, має вигідне географічне розташування, що сприяє активній торгівлі з іншими країнами. Вона є членом ООН, а нещодавній вихід з ЄС та пандемія також вплинули на подальший розвиток країни [6].

У 2019 році сфера гостинності у Сполученому Королівстві забезпечила валову додану вартість (GVA) на суму 68,3 мільйонів фунтів стерлінгів, що склало близько 3% від загального ВВП країни (рис. 5.2). Підприємства цього сектора становили від 3% до 5% бізнесу в різних регіонах країни.

Якщо розглянути динаміку показника у розрізі останніх років, то дані свідчать про значні коливання валової доданої вартості (GVA) сектора гостинності у Великій Британії протягом 2019–2024 років. Найбільше падіння спостерігалось у 2020 році (38,2 млрд фунтів стерлінгів), що зумовлено пандемією COVID-19 та запровадженими карантинними обмеженнями. У подальші роки відбулося поступове відновлення: у 2021 році GVA зросла до 51,1 млрд, а у 2022 році — до 64,9 млрд фунтів. У 2023–2024 роках показник стабілізувався на рівні понад 62 млрд фунтів, що свідчить про поступове повернення сектора до докризових обсягів.

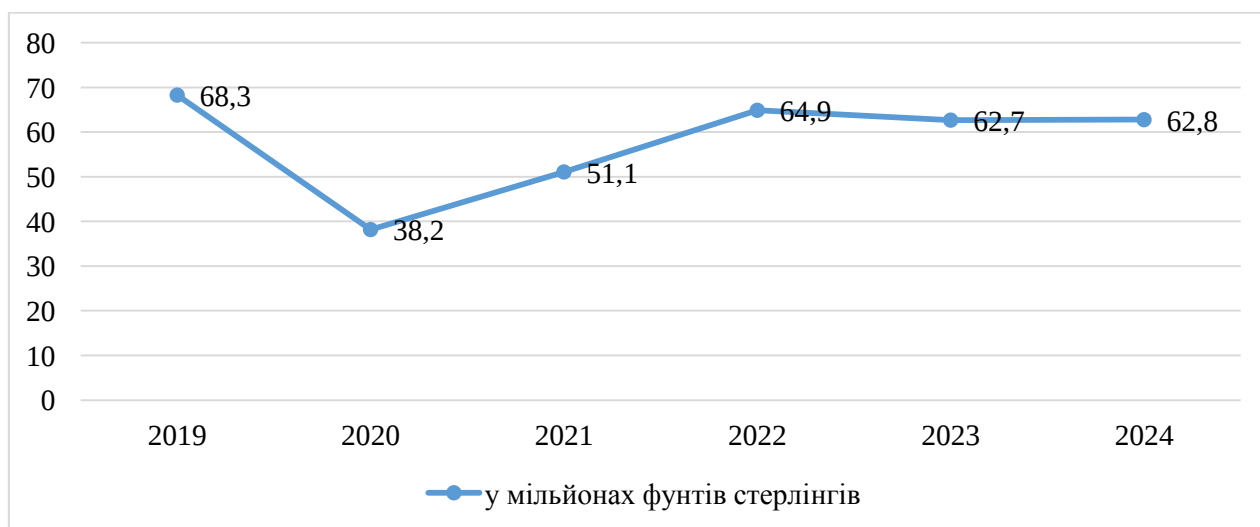


Рис. 5.2. Валова додана вартість (GVA) сектора гостинності у Великій Британії [7; 8]

Перейдемо до аналізу видової структури готельних підприємства країни.

Готельний ринок Сполученого Королівства настільки ж великий, наскільки і різноманітний, починаючи від відомих 5-зіркових і розкішних готелів до основних національних бюджетних брендів. Однак, будучи домом для всесвітньо відомих імен, таких як Ritz Hotel, Claridge's і Savoy, легко бути засліпленими гламуром розкішних готельних установ Великобританії.

Насправді саме мережі готелів з обмеженим обслуговуванням зайняли найбільше місце в серці країни, а Premier Inn і Travelodge регулярно входять до рейтингу найпопулярніших готельних брендів Великобританії. Ціна, безсумнівно, відіграє важливу роль тут, оскільки обидві мережі мають одні з найвигідніших цін за ніч серед великих готельних мереж Великобританії.

Опишемо найвідоміші та найдорожчі готельні мережі світу за їх належністю до країн станом на 2022 рік у таблиці 5.3 та виділимо серед них готельні бренди Великобританії.

Таблиця 5.3

Найдорожчі готельні бренди світу станом на 2022 р. [9]

Готельний бренд	Країна	Місце у рейтингу	Вартість, \$ млн
Hilton	США	1	12,040
Hyatt	США	2	5,905
Holiday Inn	США	3	4,155
Hampton Inn	США	4	3,928
Marriott	США	5	2,313
Double Tree	США	6	2,111
Shangri-La	Китай	7	1,911
Intercontinental	Великобританія	8	1,450
Embassy Suites	США	9	1,437
Crowne Plaza	Великобританія	10	1,271

InterContinental Hotels Group (IHG) — британська компанія, що здійснює управління готельними мережами. Штаб-квартира розташована у місті Віндзор, графство Беркшир. Офіційно компанія була створена у 2003

році, проте її історія починається раніше — 3 квітня 1946 року, коли було засновано Intercontinental Hotel Corporation. У тому ж році компанія здійснила свою першу інвестицію, придбавши гранд-готель у місті Белен, Бразилія. У подальшому мережа активно розвивалася, охопивши значну кількість готелів у країнах Латинської Америки та регіоні Карибського басейну [44].

Crowne Plaza — це британсько-американська багатонаціональна мережа висококласних готелів із повним набором послуг зі штаб-квартирою у Великобританії. Він обслуговує бізнес, відпочинок і змішаний туристичний ринок, який зазвичай розташований у центрах міст, курортах, прибережних містах або поблизу великих аеропортів. Бренд є частиною сімейства брендів IHG Hotels & Resorts, до якого входять InterContinental Hotels & Resorts і Holiday Inn Hotels & Resorts, і працює майже в 100 країнах з більш ніж 400 готелями та 110 000 номерами. Заснована у 1983 році [47].

Британська готельна мережа Rocco Forte Hotels, заснована в 1996 році готельєром сером Рокко Форте та його сестрою Ольгою Поліцці, є однією з провідних у Великій Британії. Група володіє 12 готелями, які розташовані в таких європейських містах, як Единбург, Лондон, Флоренція, Берлін, Мюнхен, Брюссель, Рим, Сицилія та Апулія [43].

Окрім недорогих мереж і розкішних закладів, у готельній індустрії Великобританії також існують тисячі незалежних дрібних підприємств.

Сформуємо динаміку кількості закладів розміщення (SIC 5510) у Великобританії (рис. 5.3)

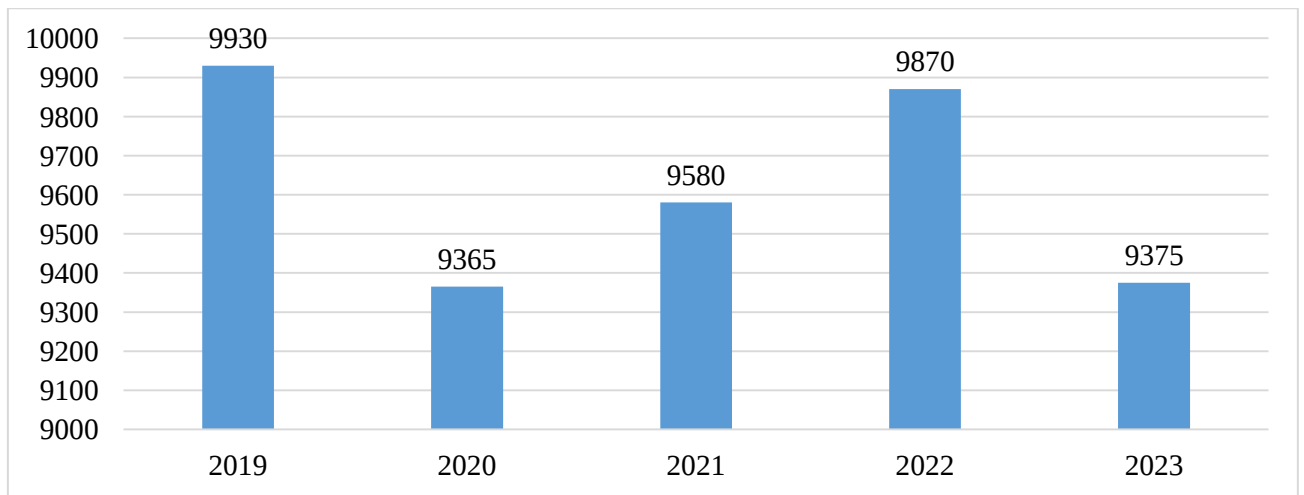


Рис. 5.3. Кількість підприємств-реєстрантів (VAT/PAYE) у категоріях готелі (SIC 5510) Великобританії за 2019-2023 роки [43]

Коли пандемія коронавірусу (COVID-19) досягла Великобританії на початку 2020 року, готельна індустрія країни зіткнулася з безпрецедентною загрозою існуванню. Показово, що розмір ринку готельної індустрії Великобританії в 2021 році скоротився більш ніж вдвічі. Проте протягом 2023 року зростання прискорилося, і того року розмір ринку сягнув 24,7 мільярда британських фунтів, що на понад мільярд британських фунтів більше, ніж до пандемії.

У 2023–2024 роках готельна індустрія Великої Британії продемонструвала стійке відновлення після негативного впливу пандемії COVID-19. Згідно з аналітичним звітом компанії *Knight Frank*, середній рівень заповнюваності готелів у Лондоні у 2023 році становив 77%, що на 16 процентних пунктів вище порівняно з 2022 роком. У регіонах Великої Британії цей показник склав 74% [44].

У 2024 році тенденція до зростання збереглася. У Лондоні рівень заповнюваності готелів досяг 82%, що відповідає докризовому рівню 2019 року. У регіональній частині Великої Британії цей показник сягнув 76% [14]. Позитивна динаміка зумовлена зростанням міжнародного туризму, відновленням ділових поїздок та проведенням масштабних заходів, зокрема музичних турів та бізнес-форумів.

Окремо варто відзначити різницю в показниках за готельними сегментами. У 2024 році в бюджетному сегменті рівень заповнюваності дещо знизився — з 78,5% до 75,3%, тоді як середній сегмент навпаки покращився — з 75,8% до 78,1%. Люксові готелі також продемонстрували зростання — з 68,2% до 69,8% [47].

Іншим критерієм, за яким можна охарактеризувати сучасний ринок готельних послуг Великобританії, є те, що в ній практично немає готелів державної чи комунальної власності. У більшості випадків будівлі готелів належать приватним власникам або компаніям. У країні частка незалежних підприємств набагато вища, ніж у багатьох інших регіонах, що диверсифікує ринок гостинних послуг і робить його дуже гнучким. Проте процес світової інтеграції та глобалізації дає підстави прогнозувати, що найближчим часом великі готельні компанії будуть інтенсивніше поглинати менш конкурентоспроможні готелі. Прогнозований сценарій, швидше за все, відбудеться, оскільки готельні мережі мають набагато меншу частку ринку в Європі, ніж у США.

Вищезазначені статистичні дані свідчать про високий рівень розвитку сфери гостинності у Великобританії.

Ресторанне господарство Великої Британії протягом 2019–2024 років зазнало суттєвих змін, зумовлених як внутрішніми факторами ринку, так і зовнішніми викликами, зокрема пандемією COVID-19. У цей період галузь проходила через фазу шоку, адаптації та технологічного оновлення.

У 2019 році ресторанна індустрія демонструвала стабільне зростання. Спостерігався підвищений попит на здорове харчування, street food, а також альтернативні концепції, зокрема рор-ур-ресторани. Згідно з даними аналітиків Statista, до пандемії витрати споживачів на харчування поза домом зростали щорічно і досягли понад 90 млрд фунтів стерлінгів [48].

У 2020 році пандемія COVID-19 спричинила глибоку кризу в галузі. У березні було введено жорсткий локдаун, який змусив більшість ресторанів тимчасово закритися або перейти на доставку. Уряд запровадив низку

антикризових заходів, зокрема програму «Eat Out to Help Out», яка відшкодовувала частину вартості харчування в ресторанах з метою стимулювання попиту [48]. Однак навіть попри ці заходи, за даними UKHospitality, доходи ресторанного сектору впали на понад 60% у порівнянні з 2019 роком [48].

2021 рік позначився поступовим відновленням після пандемічного спаду. Відкриття закладів у рамках поетапного виходу з локдауну супроводжувалося серйозним кадровим дефіцитом: згідно з даними Office for National Statistics, понад 10% робочих місць у сфері гостинності залишалися вакантними [19]. Крім того, підприємства масово впроваджували цифрові рішення — QR-коди, електронні меню, онлайн-бронювання тощо. Компанії типу Deliveroo і UberEats зміцнили свої позиції як стратегічні партнери ресторанного бізнесу.

У 2022 році ринок продовжив адаптуватися до нових умов. За результатами звіту CGA Strategy, 72% споживачів зазначили, що частіше замовляють доставку їжі, ніж до пандемії [46]. Водночас почалося повернення до фізичних візитів у заклади, що супроводжувалося запитом на більш індивідуалізований сервіс. Також поширювалися практики сталого розвитку — зокрема, скорочення харчових відходів, локалізація постачання, використання біорозкладної упаковки.

У 2023 році на індустрію значний вплив мали економічні чинники — зростання інфляції, вартості енергоносіїв та орендної плати. Багато малих ресторанів закривалися або змінювали бізнес-модель. Проте спостерігалось активне впровадження інновацій — зокрема, автоматизація замовлень, персоналізовані маркетингові підходи, використання великих даних для управління клієнтським досвідом [45]. Соціальні мережі остаточно стали основним каналом комунікації з клієнтами.

У 2024 році галузь вступила в етап технологічної консолідації. За оцінками British Restaurant Association, очікується зростання ринку на 4,3% у порівнянні з 2023 роком, що свідчить про поступове відновлення довіри

споживачів [45]. Водночас зберігається тренд на впровадження dark kitchens, а також розвиток food halls — мультиформатних просторових концепцій. Підприємства ресторанного господарства дедалі частіше використовують штучний інтелект для управління логістикою, формування динамічних меню та оптимізації вартості страв.

Розглянемо динаміку кількості ресторанних підприємства у Великобританії за 2019-2023 роки (рис. 5.4).

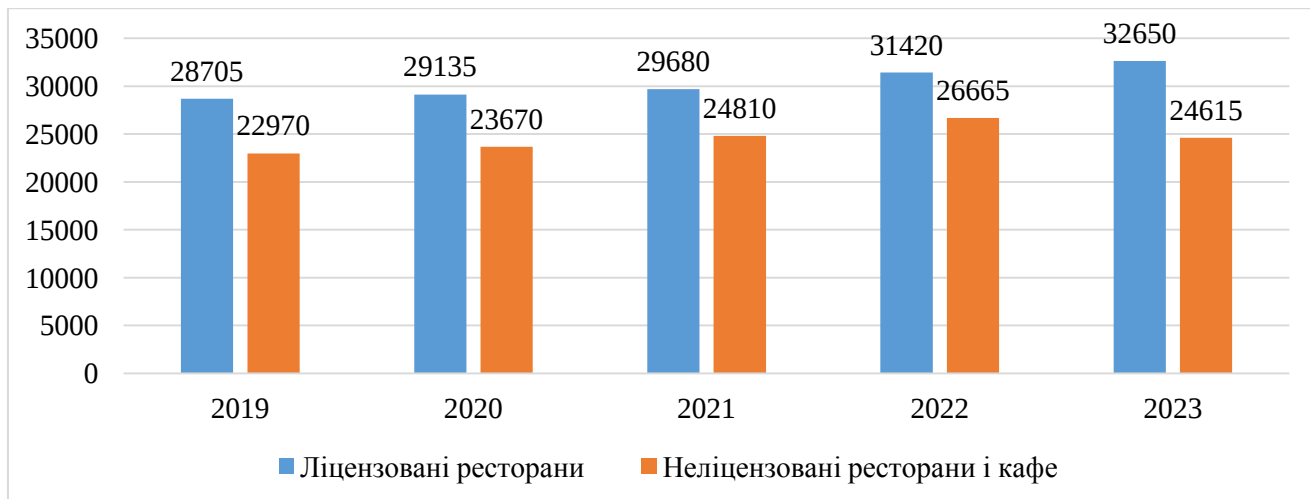


Рис. 5.4. Кількість підприємств, що працюють на основі ПДВ та/або ПДФО у Великій Британії для підкласів UK SIC 2007 ресторани [42]

Таким чином, ресторанне господарство Великої Британії у 2019–2024 роках демонструвало високу гнучкість, пристосовуючись до глибоких соціально-економічних зрушень. Незважаючи на період глибокої кризи, галузь показала здатність до інновацій і стала ще більш клієнтоорієнтованою, цифровізованою та стійкою до викликів майбутнього.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу всебічно проаналізувати туристичний потенціал Великої Британії як однієї з провідних туристичних держав Європи та світу. У результаті виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи було реалізовано поставлену мету й виконано всі завдання, що дозволило побудувати цілісне уявлення про структуру, динаміку та перспективи розвитку туристичної сфери у Великій Британії.

У роботі розкрито сутність ключових понять, пов'язаних із туризмом, туристичними ресурсами, туристичною інфраструктурою та класифікацією туристичних послуг. Визначено, що туристичний потенціал країни є інтегральним показником, який формується на основі природних, історико-культурних, соціально-економічних і організаційно-інфраструктурних складників. Особливу увагу приділено підходам до систематизації туристичних ресурсів, що сприяє глибшому розумінню можливостей країни у формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту.

У дослідженні охарактеризовано методи вивчення туристичних територій, зокрема описовий, картографічний, статистичний і порівняльний. Їх поєднання дозволило здійснити комплексне дослідження туристичної дестинації Великої Британії, з урахуванням її територіальної специфіки, динаміки туристичних потоків, культурної та природної спадщини. Застосування порівняльного аналізу також дало змогу виокремити унікальні риси британської туристичної моделі.

Наукова база дослідження свідчить про високу зацікавленість як українських, так і зарубіжних учених у вивченні британського туризму. Аналіз джерел показав, що сучасні дослідження зосереджені на ролі культурної спадщини, готельного господарства, діджиталізації туризму, сталого розвитку та впливу глобалізаційних змін.

Вивчено географічне положення Великої Британії, яке, завдяки острівному характеру, розвинутій транспортній мережі та сприятливому клімату, є вигідним для розвитку різноманітних форм туризму. Рельєф, наявність природоохоронних територій і приморських зон сприяють розвитку екологічного, рекреаційного та спортивного туризму, тоді як адміністративна структура й політична стабільність забезпечують комфортне перебування для туристів з усього світу.

Оцінено природно-рекреаційні й історико-культурні ресурси Великої Британії. Національні парки, природні заповідники, скельні узбережжя, озерні райони — усе це формує потужну основу для розвитку активного відпочинку та екотуризму. Водночас багатовікова культурна спадщина представлена історичними містами, архітектурними пам'ятками, музеями, театрами, університетами та об'єктами ЮНЕСКО. Важливо, що ці ресурси не лише збережені, але й активно інтегровані у сучасні туристичні продукти.

Аналіз сучасного стану туристичного ринку Великої Британії свідчить про його адаптивність і стійкість. Після пандемії спостерігається поступове відновлення туристичних потоків, зростає інтерес до внутрішнього, екологічного, гастрономічного й подієвого туризму. Лондон залишається провідною точкою тяжіння для міжнародного туризму, тоді як регіони активізують розвиток нішевих напрямів. У країні активно впроваджуються цифрові інструменти для промоції туризму, бронювання послуг і віртуальної навігації.

Готельно-ресторанна індустрія Великої Британії демонструє високу організацію та гнучкість. На основі історичного досвіду й сучасних викликів було проаналізовано типологію та стандарти діяльності готелів і ресторанів, їхній поточний стан і роль у створенні позитивного туристичного досвіду. Визначено, що гастрономічна культура, привітний сервіс, онлайн-технології та сертифікація послуг є тими чинниками, які забезпечують конкурентоздатність готельно-ресторанної галузі на міжнародному ринку.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна впевнено стверджувати, що Велика Британія має глибоко структурований, багатофункціональний та ефективно реалізований туристичний потенціал. Країна успішно поєднує тисячолітню культурну спадщину з інноваційними рішеннями, інфраструктурною надійністю, динамічним ринком і відкритістю до світових туристичних трендів. Завдяки системному підходу до управління туризмом, підтримці сталого розвитку, міжнародній інтеграції та орієнтації на потреби нових поколінь туристів, Велика Британія зміцнює свої позиції на глобальному туристичному ринку та є прикладом ефективної туристичної політики для інших країн. Подальші наукові дослідження доцільно зосередити на регіональному аналізі, цифровій трансформації туризму, кліматичних викликах та змінах у поведінці туристів у постпандемічну епоху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методика аналізу, термінологія, районування : Монографія. - К.: Київський ун-тет, 2001. - 395 с.
2. Бикова М. Д. Географічні аспекти становлення і розвитку міжнародного туризму у Великобританії // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 4: Географія і сучасність. - К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2010. - Вип. 23. - С. 241-245.
3. Галасюк С. С. Основні напрями розвитку туристичного ринку Великої Британії // Одеський державний економічний університет. – 2010. – С. 33-37.
4. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. № 2 (42). С. 173–180.
5. Гузар У.Є. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Світовий ринок готельно-ресторанних послуг» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Львів .2020. 71 с.
6. Грубінко А. В. Участь Великої Британії у процесі становлення і розвитку спільної зовнішньої політики і політики безпеки європейського союзу (1990-2016 рр.): автореф. дис. ... доктора історичних наук: 07.00.02 / Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет». Ужгород, 2018. 43 с.
7. Івченко Ю. В. «Brexit» у Великій Британії як спосіб відновлення державного суверенітету. Юридичний науковий електронний журнал. 2018. № 1. – С. 221-223.
8. Клець В. К. Посібник до вивчення дисципліни Історія Великої Британії». Д.: РВВ ДНУ, 2018. 40 с.
9. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. - К. : Знання, 2008. - 661 с.

- 10.Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа.: Навч. посіб. – 2-ге вид., – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 224с.
- 11.Мовчан С. П. Велика Британія: географія, історія, культура : [навч. посіб.] / С. П. Мовчан, Г. М. Кипаренко. - Л. : ПАІС, 2013. - 494 с.
- 12.Небоженко К. Аналіз макроекономічних показників Великобританії. Трансформація економічних систем та інститутів у нових геостратегічних реаліях: Матеріали XXXIV Міжнародної науковопрактичної конференції молодих вчених і студентів, Дніпро, 24-25 квітня 2023 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. С. 406-409.
- 13.Пустова А. С. Оцінка туристського потенціалу і розвиток туризму Великобританії. Наукові записки Херсонського відділу Українського географічного товариства. 2015. № 3. С. 85–87.
- 14.По Великій Британії: Навч. посіб. з курсу «Країнознавство» / Уклад. Н.Ф. Вовченко. – К.: Знання, 2012. - 222 с.
- 15.Смаль І. В. Географія туризму : навч. посіб. / І. В. Смаль. - Ніжин, 2012. - 574 с.
- 16.Смаль І. В. Соціально-економічна географія світу. Регіони і країни: Європа : навч. посіб. / І. В. Смаль, О. М. Харченко; Ніжин. держ. ун-т ім. М. Гоголя. - Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2014. - 499 с
- 17.Смирнов І.Г. Логістика митного контролю міжнародних туристопотоків // Найновите постиження на європейската наука: матеріали за VI Международна научна практична конференция. Том 9. Икономики. София: Бял ГРАД БГ, 2010. С.26-42.
- 18.Туристична політика зарубіжних країн: підручник / кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 220 с.
- 19.Устименко Л.М. Основи туризмознавства: Навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2011. 345 с.

- 20.Шапка І. С. Політика Великобританії у галузі музейної справи та роль музеїв у формуванні туристичного іміджу країни. Економічна та соціальна географія. 2014. № 1 (69). С. 276–283.
- 21.Яковюк І. В. Brexit: Причини і наслідки британського референдуму. Європейська інтеграція в контексті сучасної геополітики: зб. наук. ст. за матеріалами наук. конф., м. Харків, 24 трав. 2016 р. Харків, 2016. С. 25–29.
- 22.Юрківський В. М. Країни світу : довідник / В. М. Юрківський. – 2-ге вид. – К. : Либідь, 2011. – 368 с.
23. Ястремська О. О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму. Проблеми економіки. 2013. № 1. С. 22–27.
- 24.British Restaurant Association. Restaurant Industry Forecast 2024. URL: <https://www.britishrestaurantassociation.org.uk/>
- 25.Travelling to the UK. London: UK Border Agency, 2010. 16p.
- 26.The development of cultural tourism: a review of UK experience. By: Yi-De Liu; Chi-Fan Lin. In: Tourisimos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism, 2011, Vol. 6, Issue 2, p. 363.
- 27.Tourism is leading UK economy growth. By Jansen, Kurt.Caterer & Hotelkeeper.9/26/2014, Vol. 204. Issue 4844, p. 22.
- 28.Tourism an Local Rural Commun», yiti / ed. by P. Craig. Lon: GHK, 2010. 68 p.
- 29.Great Britain [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua>
- 30.Travel and tourism in the United Kingdom [Електронний ресурс] - statistics & facts. - Режим доступу: <https://www.statista.com>
- 31.Types of restaurant. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Types_of_restaurant
- 32.24 Types of Restaurants: Complete Guide for Potential Owners. URL: <https://getsling.com/blog/types-of-restaurants/>
- 33.The Different Types of Restaurants. URL:

- <https://www.cabhospitality.co.uk/blog/the-different-types-of-restaurants>
- 34.1. Fiscal support for hospitality and tourism in coastal areas. URL: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CDP-2024-0035/CDP-2024-0035.pdf>
35. Office for National Statistics. URL: <https://www.ons.gov.uk/>
36. Hotel Chains. URL: <https://www.city-of-hotels.com/165/hotel-chainsen.html>
37. InterContinental Hotels Group. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/IHG_Hotels_%26_Resorts
38. Crowne Plaza. Вікіпедія. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Crowne_Plaza
39. Rocco Forte Hotels. Вікіпедія. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Rocco_Forte_Hotels
40. Knight Frank. UK Hotel Trading Performance Review 2023. URL: <https://www.knightfrank.com/research/article/2023-12-07>
41. Knight Frank. UK Hotel Trading Performance Review and Outlook for 2025. URL: <https://www.knightfrank.com/research/article/2025-03-03>
42. The Association of Serviced Apartment Providers. UK Luxury Hotel Occupancy Rises to Almost 70% in 2024. URL: <https://theasap.org.uk>
43. Statista. Consumer spending on restaurants, cafes and pubs in the United Kingdom (UK) from 2005 to 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/326472/consumer-spending-on-restaurants-cafes-and-pubs-in-the-united-kingdom-uk/>
44. GOV.UK. Eat Out to Help Out statistics. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/eat-out-to-help-out-statistics/eat-out-to-help-out-statistics>
45. UK Hospitality. Reports and insights. URL: <https://www.ukhospitality.org.uk/>
46. Office for National Statistics. Coronavirus and the impact on the UK hospitality industry. URL: <https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/articles/coronavirusanditsimpactontheukhospitality>

[ndustry/2021-10-19](#)

- 47.CGA Strategy. UK On-Premise User Survey 2022. URL: <https://cgastrategy.com/uk-on-premise-user-survey-2022/>
- 48.McKinsey & Company. How UK restaurants can emerge stronger after COVID-19. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/how-uk-restaurants-can-emerge-stronger-after-covid-19>