

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

Міжнародні економічні відносини

29 Міжнародні відносини

292 Міжнародні економічні відносини

Форма здобуття освіти: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «Перспективи розвитку міжнародного туризму»

здобувача Лугін Тетяни Юріївни

Науковий керівник: професор, д. е. н.,

Ткаленко Світлана Іванівна

(підпис)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: д. е. н., професор, Федірко Олександр Анатолійович

(підпис)

Київ 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**Міжнародні економічні відносини
29 Міжнародні відносини
292 Міжнародні економічні відносини**

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
Освітньо-професійної програми

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Федірко О.А.

_____ Федірко О.А.

«16» вересня 2024 р.

«16» вересня 2024 р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
здобувачу вищої освіти Лугін Тетяні Юріївні
заочної форми навчання**

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему: **«Перспективи розвитку міжнародного туризму»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від «04» листопада 2024 р. № 1892-ст.

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах Фондації сприяння європейській інтеграції, наукових публікацій, аналітичних звітів міжнародних організацій та офіційних інституцій.

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Теоретико-методологічна база міжнародного туризму <i>(термін подання – до 31.10)</i>
Розділ 2	Аналіз тенденцій розвитку міжнародного туризму <i>(термін подання – до 30.11)</i>
Розділ 3	Перспективи та особливості розвитку міжнародного туризму <i>(термін подання – до 20.12)</i>

Об'єкт дослідження:	Власне міжнародний туризм як галузь світової економіки.
Предмет дослідження:	Перспективи розвитку міжнародного туризму.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	Аналіз та обґрунтування методичного підходу та практичних рекомендацій щодо проблем розвитку міжнародного туризму та шляхів їх вирішення, а також перспектив розвитку міжнародного туризму.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Розкрити поняття та сутність міжнародного туризму, охарактеризувати основні форми міжнародного туризму та їх класифікацію, ідентифікувати етапи розвитку міжнародного туризму, проаналізувавши ключові події та зміни в цій сфері за останні десятиліття.
У розділі 2	Проаналізувати сучасні тренди міжнародних туристичних потоків, визначивши ключові напрямки та їх динаміку, дослідити вплив економічних факторів на розвиток світового туризму, вивчити сучасні міжнародні туристичні потоки, враховуючи наслідки пандемії COVID-19, і проаналізувати зміни в поведінці туристів.
У розділі 3	Визначити перспективи розвитку міжнародного туризму, оцінити основні проблеми та виклики, з якими стикається глобальний ринок туризму, а також запропонувати шляхи їх подолання, дослідити можливості залучення України до міжнародного туристичного ринку, визначивши потенційні напрямки для розвитку галузі.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

Ткаленко Світлана Іванівна

(ініціали, прізвище)

«2» жовтня 2024 р.

Завдання одержав студент

(підпис)

Лугін Т.Ю.

(ініціали, прізвище)

«3» жовтня 2024 р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 94 сторінки, 5 таблиць, 22 рисунки, список використаних джерел з 53 найменувань, додатки.

«Перспективи розвитку міжнародного туризму»

Об'єктом дослідження кваліфікаційної магістерської роботи є власне міжнародний туризм як галузь світової економіки.

Предметом дослідження є перспективи розвитку міжнародного туризму.

Мета і завдання дослідження. Основною метою кваліфікаційної магістерської роботи є аналіз та обґрунтування методичного підходу та практичних рекомендацій щодо проблем розвитку міжнародного туризму та шляхів їх вирішення, а також перспектив розвитку міжнародного туризму.

Відповідно до поставленої мети визначені такі *завдання*:

- розкрити поняття та сутність міжнародного туризму;
- охарактеризувати основні форми міжнародного туризму та їх класифікацію;
- проаналізувати та охарактеризувати ключові етапи розвитку міжнародного туризму та їх основні характеристики;
- проаналізувати сучасні тренди та тенденції міжнародних туристичних потоків;
- дослідити вплив міжнародних факторів на розвиток міжнародного туризму;
- вивчити сучасні туристичні потоки враховуючи наслідки пандемії COVID-19 та проаналізувати зміни в поведінці туристів;
- визначити перспективи розвитку міжнародного туризму, оцінити основні проблеми та виклики, з якими стикається глобальний ринок туризму;
- запропонувати шляхи подолання основних проблем, з якими стикається сучасна туристична індустрія;
- оцінити можливості залучення України до міжнародного туристичного ринку.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Під час дослідження було систематизовано різноманітні підходи до трактування категорії «туризм» та «міжнародний туризм», проаналізовано основні класифікаційні ознаки міжнародного туризму та проаналізовано етапи розвитку туризму та їх ключові особливості.

Практичні результати дослідження полягають у виявленні тенденцій у розвитку міжнародного туризму, останніх змін у поведінці туристів з часів пандемії COVID-19, впливу економічних факторів на розвиток світового туризму, основних проблем, з якими стикається туристична індустрія. Також практичне значення мають розроблені рекомендації щодо вирішення даних проблем галузі, а також розробка рекомендацій щодо розвитку туризму в Україні та залучення нашої країни до міжнародного туризму.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 2024.

Рік захисту роботи – 2025.

Ключові слова: міжнародний туризм, економічний розвиток, Україна, світовий туристичний ринок, конкурентоспроможність, сталий туризм, маркетингові стратегії

В І Д Г У К
про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
денної форми навчання спеціальності «292 Міжнародні економічні відносини»
освітньої програми «Міжнародні економічні відносини»

ЛУГІН ТЕТЯНИ ЮРІЙВНИ

на тему: «Перспективи розвитку міжнародного туризму»

- 1. Актуальність теми:** Міжнародний ринок туризму відіграє важливу роль у світовій економіці, його кон'юнктура має вплив на економічний розвиток багатьох країн світу. На сьогоднішній день міжнародний ринок туризму оговтується після пандемії Ковід-19. Отже, подальше дослідження та розкриття тематики перспектив розвитку міжнародного туризму є актуальним і потребує подальшого розкриття.
- 2. Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи:** Авторкою розкрито теоретичні засади дослідження ринку міжнародного туризму, визначені етапи його розвитку та розкрита його роль на сучасному етапі, наведена класифікація міжнародного туризму. Заслугує на увагу проведений авторкою аналіз тенденцій розвитку міжнародного туризму, виявлені тренди туристичних потоків, фактори, які впливають на розвиток міжнародного туризму. Розкрито можливі виклики та ризики в розвитку міжнародного туризму.
- 3. Наявність самостійних розробок автора:** На основі проведеного авторкою аналізу розвитку міжнародного туризму були виявлені основні проблеми розвитку міжнародного туризму та запропоновані шляхи їх подолання.
- 4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:** авторкою надані пропозиції щодо залучення України до міжнародного ринку туризму.
- 5. Наявність недоліків:** Суттєвих недоліків у кваліфікаційній магістерській роботі не виявлено, водночас слід зазначити про недостатність статистично-фактологічного матеріалу, що робить не повними висновки у роботі
- 6. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** робота допускається до захисту з оцінкою 42 бали.

Науковий керівник:

 (підпис)
 «28» січня 2025 р.

д.е.н., професор

Ткаленко С.І.

(прізвище, ініціали)

Рецензія
на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти
Лугін Тетяни Юріївни
на тему «Перспективи розвитку міжнародного туризму»

Актуальність теми кваліфікаційної магістерської роботи і доцільність її розроблення: тема дипломної роботи є актуальною, особливо в умовах відновлення міжнародного туристичного ринку після пандемії COVID-19 та в умовах воєнних дій на території України.

Якість проведеного дослідження: магістерська робота ґрунтується на детальному аналізі сучасних тенденцій у міжнародному туризмі. Автор використовує різноманітні джерела, як українські, так і зарубіжні, включаючи статистичні дані, таблиці, рисунки. Проаналізовано основні тенденції міжнародного туризму, виявлено основні проблеми та запропоновано шляхи їх вирішення.

Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи: в ході проведення дослідження автором було проаналізовано теоретичне визначення категорії «міжнародний туризм, основні класифікаційні ознаки та етапи розвитку туризму. Виявлено основні тенденції, з якими стикається туризм після пандемії COVID-19 та надано рекомендації щодо вирішення основних проблем міжнародного туризму та пропозиції щодо залучення України до міжнародного туризму в умовах післявоєнного відновлення країни.

Зауваження: до роботи значних зауважень немає.

Практична значимість висновків і рекомендацій: запропоновані шляхи вирішення глобальних проблем туристичної індустрії та перспективі напрямки розвитку туризму в Україні в умовах післявоєнного часу.

Рецензент
к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана



Т.С. Козачок

ЗМІСТ

ВСТУП		3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ		6
1.1	Поняття і сутність міжнародного туризму.....	6
1.2	Основні форми та класифікація міжнародного туризму....	11
1.3	Етапи розвитку міжнародного туризму.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ		23
2.1	Тренди міжнародних туристичних потоків: ключові напрямки та їх динаміка.....	23
2.2	Вплив економічних факторів на розвиток світового туризму.....	34
2.3	Міжнародні туристичні потоки у сучасних умовах та наслідки від COVID-19.....	40
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ		48
3.1	Перспективи розвитку міжнародного туризму.....	48
3.2	Основні проблеми та виклики розвитку глобального ринку туризму та шляхи подолання.....	54
3.3.	Залучення України до ринку міжнародного туризму.....	62
ВИСНОВКИ		71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		74
ДОДАТКИ		80

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В сучасних умовах глобалізації та інтеграції світової економіки міжнародний туризм відіграє важливу роль у розвитку національних економік, сприяючи економічному зростанню, створенню нових робочих місць і зміцненню міжкультурних зв'язків. Незважаючи на значний потенціал, міжнародний туризм стикається з багатьма викликами, такими як економічна нестабільність, наслідки пандемії COVID-19, екологічні проблеми та зростаюча конкуренція між туристичними напрямками. Для України, з її багатим культурним спадком, унікальними природними ресурсами та вигідним географічним положенням, розвиток міжнародного туризму має стати одним із стратегічних напрямів економічного зростання. Ця тема є актуальною, оскільки визначення перспектив розвитку цієї галузі дозволить створити ефективні механізми для підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тему міжнародного розвитку, його перспектив у своїх наукових працях досліджували: О.О. Бейдик, Ж.А. Богданова, К.Д. Гордієнко, М.П. Мальська, Т.Г. Сокол, В.Ф. Данильчук, А.П. Дурович, А.С. Копаєв, М.П. Кляп, М. Морозов, В. Квартальов, Е. Тамм, Ю. Правик, Г. Заячківська, М.П. Мальська, А.Г. Гудманян, С.А. Мишко, Н.Ф. Габчак, К.М. Лізак. Проте, мало дослідженим все-таки залишаються основні проблеми розвитку міжнародного туризму та шляхи їх подолання, що актуалізує тему роботи.

Об'єктом дослідження є власне міжнародний туризм як галузь світової економіки.

Предметом дослідження є перспективи розвитку міжнародного туризму.

Метою дослідження є аналіз та обґрунтування методичного підходу та практичних рекомендацій щодо проблем розвитку міжнародного туризму та шляхів їх вирішення, а також перспектив розвитку міжнародного туризму.

Досягнення мети передбачає виконання наступних **завдань дослідження**:

- розкрити поняття та сутність міжнародного туризму;
- охарактеризувати основні форми міжнародного туризму та їх класифікацію;
- проаналізувати та охарактеризувати ключові етапи розвитку міжнародного туризму та їх основні характеристики;
- проаналізувати сучасні тренди та тенденції міжнародних туристичних потоків;
- дослідити вплив міжнародних факторів на розвиток міжнародного туризму;
- вивчити сучасні туристичні потоки враховуючи наслідки пандемії COVID-19 та проаналізувати зміни в поведінці туристів;
- визначити перспективи розвитку міжнародного туризму, оцінити основні проблеми та виклики, з якими стикається глобальний ринок туризму;
- запропонувати шляхи подолання основних проблем, з якими стикається сучасна туристична індустрія;
- оцінити можливості залучення України до міжнародного туристичного ринку.

Протягом написання роботи використовувалися наступні **методи дослідження**: аналіз - щоб проаналізувати стан, останні тенденції, проблеми і перспективи розвитку та напрями міжнародного туризму, спостереження - для аналізу та оцінки сучасного стану міжнародного туризму, прогнозування - щоб визначити основні проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму.

Теоретична значущість полягає у тому, що результати дослідження сприяють поглибленню розуміння тенденцій, факторів та механізмів розвитку міжнародного туризму, а також визначенню його ролі в глобальній економіці. У роботі визначено ключові виклики та можливості, що дозволяє сформулювати цілісне уявлення про сучасні процеси у сфері міжнародного туризму. **Методична значущість** полягає у тому, що у роботі запропоновано методичний підхід до аналізу міжнародного туристичного ринку, що включає оцінку його

конкурентоспроможності, впливу глобальних економічних та соціальних чинників, а також розробку інструментарію для прогнозування подальшого розвитку галузі.

Практична значущість полягає у тому, що були отримані результати можуть бути використані туристичними компаніями, міжнародними організаціями, урядовими структурами та аналітичними центрами для розробки стратегій стимулювання міжнародного туризму. Запропоновані рекомендації сприятимуть вдосконаленню державної політики у сфері туризму, оптимізації маркетингових стратегій туристичних операторів, а також підвищенню конкурентоспроможності національного туристичного ринку. Виявлені тенденції можуть допомогти у визначенні перспективних напрямів розвитку туристичних послуг, залученні інвестицій та формуванні ефективних механізмів управління галуззю.

Інформаційна база дослідження відображає узагальнений перелік джерел Інформації: праці вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, статистичні дані офіційних сайтів, звіти рейтингових агентств, фінансові звіти тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Поняття і сутність міжнародного туризму

В умовах та контексті глобалізації міжнародний туризм набуває все більшого значення. Міжнародний туризм входить до числа одного з найбільш важливих та значимих секторів сучасної світової економіки і соціокультурної інтеграції, які об'єднують громадян різних національностей. Будучи складною економічною і соціальною категорією численний міжнародний туризм дозволяє розвинути світові ринки в нових робочих місцях кращих умов життя міжнародних відносин.

Перш ніж проаналізувати та дослідити власне поняття «міжнародного туризму» розглянемо трактування поняття туризм. Спершу розглянемо, як визначається поняття у Законі України про туризм. Згідно з цим документом туризм - це «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає». [1]

За словами науковця Бейдика О.О. категорія туризм визначається як «форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями». [2]

Варто також звернути увагу на те, як визначає поняття туризм Богданова Ж.А. За її словами, туризм - це «діяльність людини (споживача туристичних послуг) спрямована на задоволення потреб у відпочинку, лікуванні, пізнавальних, ділових та інших цілях і передбачає її тимчасове переміщення з основного місця проживання, що призводить до ряду соціально-економічних відносин». [3]

На думку науковця Гордієнка К.Д. туризм визначається як «тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування». [4]

Також розглянемо визначення поняття за науковцем Мальською М.П. На її думку, туризм - це «вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями». [5]

Можемо знайти трактування терміну «туризм» у наукових працях Сокола Т.Г. За словами науковця, туризм - це «сфера діяльності людей, пов'язана з подорожами та мандрівками, що виконує ряд функцій політичного, економічного й культурного характеру». Всі функції проявляються як на рівні особистості, так і на рівні суспільства загалом. [6]

За словами науковця Данильчука В. Ф. поняття туризм визначається як «особлива форма пересування людей за визначеним маршрутом з метою відвідання конкретного об'єкта або задоволення своїх інтересів і повернення на постійне місце проживання». [7]

За редакцією науковців Дуровича А. П. та Копанева А. С. туризм визначається як «форма організації відпочинку та проведення дозвілля». [8]

Науковець Кляп М.П. у своєму підручнику про сучасні види туризму розглядає дане поняття як «галузь господарства, пов'язану з обслуговуванням людей, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання». [9]

Організація Об'єднаних Націй також має окреме сформульоване визначення поняття туризму. На їхню думку, туризм - це «діяльність осіб, що подорожують та здійснюють перебування в місцях які знаходяться поза межами звичного середовища перебування, на період не більше одного року поспіль з метою відпочинку, лікування, діловими та іншими цілями». [10]

Науковець М. Морозов говорить, що туризм - це «сукупність складових: продуктів, сервісу, об'єктів показу та виробничих одиниць, пропонованих індивідуальним споживачам або групам споживачів, які тимчасово залишили місце постійного проживання і подорожують у певні туристичні пункти призначення (дестинації)». [11]

Проаналізувавши різні визначення поняття «туризм», можна зрозуміти, що цей термін має багатоаспектний характер, охоплюючи різні сфери життя: від пізнавальних та рекреаційних цілей до соціально-економічних відносин, що виникають під час переміщення людей з постійного місця проживання. Можна зазначити, що загальними рисами туризму є тимчасовість виїзду, відсутність оплачуваної діяльності в місці перебування та наявність мети, переважно це відпочинок, оздоровлення тощо.

Отже, на основі аналізу та дослідження терміну «туризм», можу сформулювати власне визначення цього поняття. На мою думку, «туризм» - це тимчасова діяльність осіб, що полягає у переміщенні людей з їх постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення або вирішення професійних питань без отримання оплати за діяльність у місці перебування. Це сприяє особистісному розвитку та культурно-економічній взаємодії на індивідуальному та суспільному рівнях.

Наразі розглянемо, як різні вчені та науковці визначають власне поняття «міжнародний туризм».

Науковець В. Квартальнов визначає поняття міжнародного туризму як «систему подорожей, які здійснюють на базі міждержавних договорів із урахуванням міжнародних норм та місцевих звичаїв». [12]

Також трактування поняття міжнародного туризму можна знайти у наукових працях Е. Тамма. Він вважає, що міжнародний туризм - це «поїздки в зарубіжні країни з туристичною метою терміном не меншим 24 години і, зазвичай, не більшим за 6 місяців». [13]

За словами Ю. Правика, поняття міжнародного туризму визначається як «систематизована та цілеспрямована діяльність підприємства сфери туризму, пов'язану з наданням туристичних послуг і туристичного продукту іноземним туристам на території своєї країни (в'їзний туризм) та наданням туристичних послуг і туристичного продукту за кордоном (виїзний туризм)». [14]

Ще одне тлумачення поняття міжнародного туризму можна знайти за редакцією Всесвітньої туристичної організації ООН. Вони визначають міжнародний туризм як «діяльність осіб, які подорожують до місць, що знаходяться за межами їхнього постійного місця проживання, та здійснюють там перебування постійного місця проживання на період, що не перевищує 12 місяців, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями». [15]

В одному з англomовних джерел можна знайти наступну дефініцію поняття міжнародний туризм. Це «в'їзний та виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів-резидентів за межами відповідної країни в рамках внутрішніх або виїзних туристичних поїздок, а також діяльність відвідувачів-нерезидентів у межах відповідної країни в рамках в'їзних туристичних поїздок». [16]

Автор Заячковська Г. у своїх наукових працях дає наступне визначення поняттю міжнародний туризм. Вона має декілька підходів до визначення даного поняття. Вона у свою чергу об'єднала їх у такі групи: «міжнародний туризм як різновидність рекреації; міжнародний туризм як система і форма проведення вільного часу шляхом використання сфери послуг у подорожах, які поєднують активний відпочинок і зміцнення здоров'я особи з підвищенням його загальної культури; міжнародний туризм як форма міграції населення; міжнародний туризм як складне соціально-економічне явище» [17]

За словами науковця Мальської М.П. поняття міжнародний туризм визначається як «суспільний феномен, що включає перетин кордонів з метою задоволення різних видів туристичних потреб. Туризм є важливим елементом

глобалізації і розвивається завдяки соціально-економічним, політичним і культурним змінам у світі». [18]

Науковці А. Г. Гудманян, С. А. Мишко, Н. Ф. Габчак, К. М. Лізак також пропонують власне визначення терміну міжнародний туризм. На їхню думку, це «сукупність туристичних подорожей за межі держави постійного проживання туристів, пов'язаних з перетином державних кордонів з метою відпочинку, бізнесу, культурного обміну тощо. Він охоплює як виїзний, так і в'їзний туризм та має важливе значення для розвитку міжнародних економічних зв'язків і культурної інтеграції». [19]

Отже, на основі аналізу різних трактувань поняття «міжнародний туризм», можу зробити висновок та визначити дане поняття як систему організованих подорожей за межі постійного місця проживання з різними цілями (відпочинок, бізнес, культурні та оздоровчі цілі тощо), яка регулюється міжнародними нормами та охоплює як в'їзний, так і виїзний туризм. Така діяльність сприяє розвитку соціально-економічних відносин між країнами, забезпечуючи культурний обмін і зростання економічної взаємодії.

Розглянемо також ключові ознаки ретроспективних підходів до визначення міжнародного туризму і також проаналізуємо роль та значення міжнародного туризму.

Міжнародний туризм є важливим соціально-економічним, культурним і політичним явищем, що має безпосередній вплив на розвиток суспільства та взаємодію між країнами. Його значення виходить за межі економічного ефекту, адже туризм сприяє інтеграції культур, покращенню міжнародних відносин і глобалізації. Щодо економічної точки зору, то можу зазначити, що міжнародний туризм є одним із основних джерел валютних надходжень для країн, забезпечуючи розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць і стимулювання розвитку підприємницької діяльності. Туристичні підприємства, зокрема ті, що

обслуговують як в'їзний, так і виїзний туризм, є рушійною силою для національної економіки.

З соціально-культурного погляду, туризм сприяє міжкультурному обміну, розширює кругозір людей і допомагає зберігати культурну спадщину. Туристи, відвідуючи інші країни, мають можливість знайомитися з традиціями, звичаями та культурними особливостями різних народів.

Політична роль туризму полягає у зміцненні міжнародних зв'язків і співпраці між країнами. Туристичні потоки створюють підґрунтя для підписання міждержавних угод/договорів і сприяють гармонізації міжнародних правових норм у сфері туризму.

Крім того, туризм відіграє важливу роль у глобалізації, адже він є ключовим чинником інтеграції світового ринку праці, культур та економік. Сфера міжнародного туризму розвивається завдяки соціально-економічним і політичним змінам у світі, що впливають на формування нових зв'язків і партнерств між країнами.

1.2 Основні форми та класифікація міжнародного туризму

Міжнародний туризм відіграє важливу роль не лише для культурного обміну між країнами, а і є одним з важливих секторів економіки. Можу зазначити, що міжнародний туризм розвивається активним темпами і ми можемо побачити, що з'являються нові види відпочинку та туризму. Розглянемо деякі з них.

В літературі можна зустріти класифікацію туризму за наступними ознаками: типами, категоріями, видами і формами.

Типи туризму в більшості випадків визначається національною приналежністю туриста:

- внутрішній туризм охоплює подорожі жителів певної країни в межах її території;
- в'їзний туризм передбачає поїздки іноземців, які приїжджають до країни, в якій вони не проживають;
- виїзний туризм включає подорожі громадян однієї країни за кордон, до інших держав. [20]

На рис. 1.1 можемо побачити одну з перших класифікацій туризму. Такі види туризму, як туризм в межах країни, національний і міжнародний, є результатом поєднання цих типів туризму. Туризм у межах країни включає як внутрішній, так і в'їзний туризм, і він дорівнює загальному внутрішньому туристичному споживанню, тобто витратам внутрішніх і іноземних туристів. туристів. Національний туризм відноситься до категорії національного виробництва, і він включає як внутрішній, так і іноземний туризм. його продукції). [20]

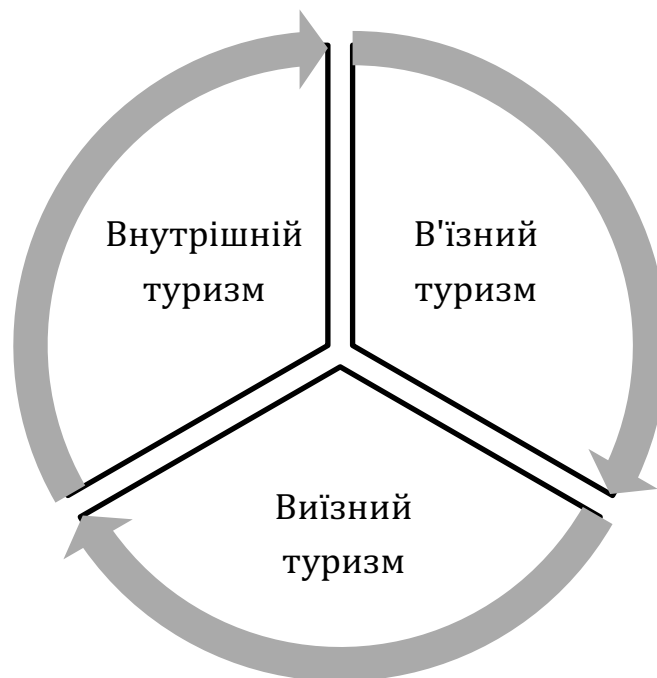


Рис. 1.1 - Класифікація туризму за національною приналежністю туриста

Джерело: розроблено автором за даними [20]

На рис. 1.2 бачимо, що інша класифікація туризму визначається згідно з категоріями осіб, що подорожують. Наприклад, організований та неорганізований туризм: тобто туристи можуть задовольняти свої потреби як через туристичну компанію, так і самостійно. Організований туризм визначають як ретельно організовані подорожі, що пропонуються туристичними компаніями та оплачуються заздалегідь. Організований туризм - це тип подорожей, які організовують безпосередньо туристичні компанії та часто проводяться на умовах попередньої оплати.

На відміну від організованих туристів, неорганізовані туристи діють переважно самостійно без консультації і взаємодії з туристичним фірмами/операторами. Вони подорожують самостійно з принципом самообслуговування.

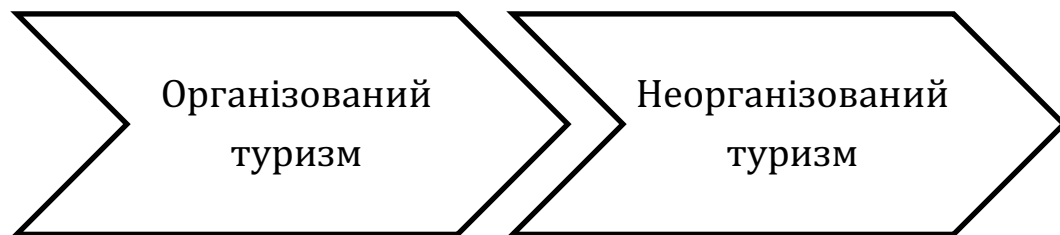


Рис. 1.2 - Класифікація туризму в залежності від к-сті учасників

Джерело: розроблено автором за даними [20]

Також розділяють туризм на індивідуальний та груповий в залежності від кількості учасників подорожі, розглянемо дану класифікацію на рис. 1.3. Індивідуальні подорожі зазвичай організовуються для кількості учасників від одного до п'яти, в той час як в групових подорожах беруть участь від 6-7 і більше туристів). Варто зазначити, що групові подорожі зазвичай базуються на спільних інтересах. Це можуть бути екскурсії пов'язані з певною тематикою, наприклад, з

археологією, мистецтвом чи історією, групові подорожі, організовані ентузіастами лижних прогулянок чи сафарі, подорожі з виробничими цілями тощо



Рис. 1.3 - Класифікація туризму в залежності від к-сті учасників

Джерело: розроблено автором за даними [20]

Наступна класифікація визначається цілями подорожей, яку можемо побачити на рис. 1.4. Більшість науковців виділяють основні види туризму: діловий туризм, оздоровчий, хобі-туризм, пригодницький, спортивний туризм, навчальні тури, релігійний туризм, розважальні та пізнавальні тури.

Охарактеризуємо кожний з цих видів та ключові відмінності між ними:

- діловий туризм - поїздки, що мають на меті обговорення бізнес-питань, відвідування ділових зустрічей, конференцій, виставок тощо;
- оздоровчий туризм - подорожі, що організовуються з метою покращення здоров'я, наприклад, у форматі профілактичних процедур чи просто відпочинку на природі;
- хобі-туризм - вид подорожей, метою якою є заняття улюбленою справою самостійно або з групою однодумців;
- пригодницький туризм - тип подорожі з метою отримання незабутніх та екстремальних емоцій, наприклад, сафарі чи полювання;
- спортивний туризм - поїздки, що організовуються переважно для людей, що активно займаються різними видами спорту навіть у відпустці;

- навчальні тури - вид туризму, що пропонує опанування нових навичок чи підвищення кваліфікації, тобто освітню мету, наприклад, навчальні програми, що поєднані з відпочинком;
- релігійний туризм - вид відпочинку, що розкриває духовність та культурну спадщину релігії, включає в себе подорожі до святих місць з метою поклоніння чи наукових досліджень;
- розважальний туризм - вид туризму, який спрямований на відвідування відвідування святкових подій, концертів та фестивалів тощо;
- пізнавальний туризм - поїздки з метою культурного збагачення та знайомства з історією, мистецтвом або природою тієї чи іншої країни. [21]

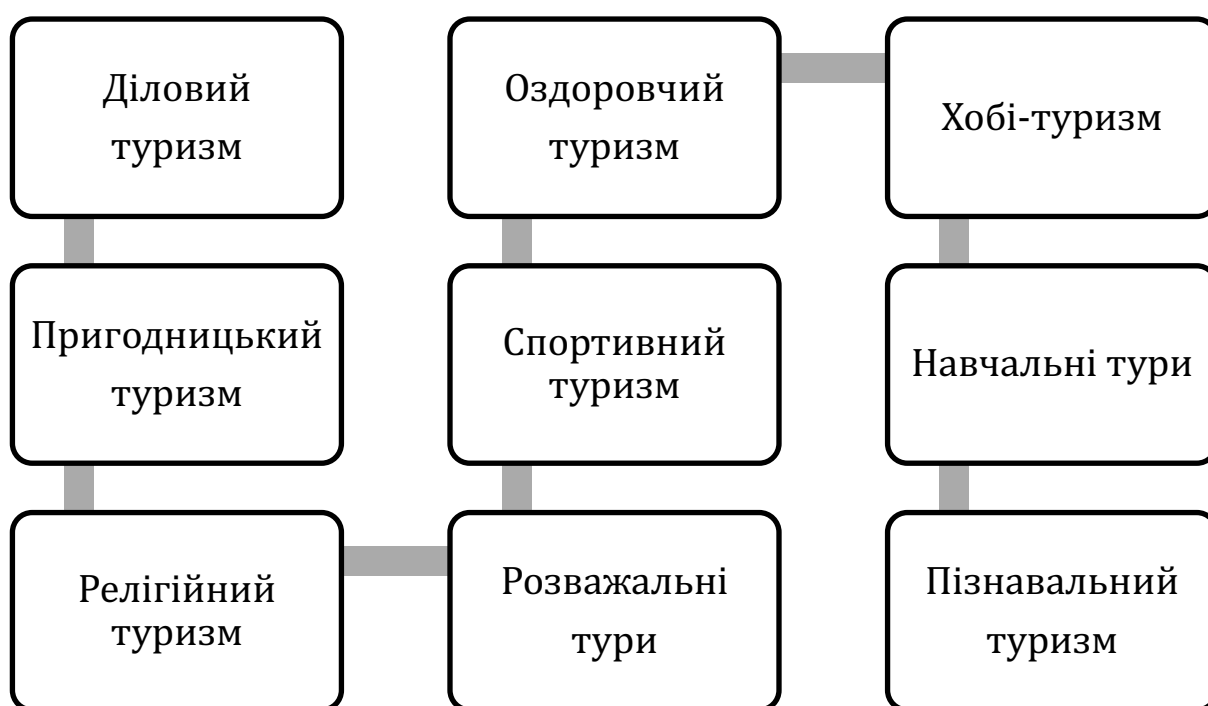


Рис. 1.4 - Класифікація туризму за цілями подорожі

Джерело: розроблено автором за даними [21]

У літературі існують різні класифікації туризму, які ґрунтуються на різних критеріях. Деякі з них стосуються безпосередньо процесу подорожі, допомагаючи

визначити її за формою організації, тривалістю, набором послуг і відстанню. Інші ж акцентують увагу на туристах, розглядаючи їх з точки зору демографії та соціально-економічного становища.

Наприклад, можна виділити комерційний та соціальний туризм, можемо побачити цю класифікацію на рис. 1.5. Спочатку розвиток туризму мав переважно комерційну мету, спрямовану на отримання прибутку. Як і в інших сферах економіки, прибуток є основним джерелом фінансування для подальшого розвитку бізнесу. На противагу комерційному виник соціальний туризм, який забезпечує доступ до відпочинку для людей з обмеженими фінансовими можливостями. Соціальний туризм підтримується як на державному, так і на міжнародному рівні, включаючи програми субсидування для осіб з низьким рівнем доходу, наприклад, систему туристичних чеків у Швейцарії та Франції.

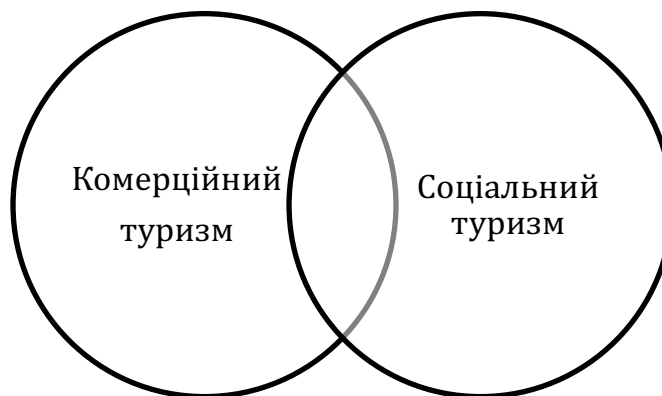


Рис. 1.5 - Класифікація туризму за комерційною ознакою

Джерело: розроблено автором за даними [20]

Науковці також виділяють наступну класифікацію туризму, яку можна побачити на рис. 1.6. Це масовий та елітарний туризм. Сучасний туризм часто асоціюється з поняттям «масовий туризм», що відображає тенденцію до демократизації та розширення доступу до туристичних послуг. У розвинених країнах значна частина населення активно бере участь у туристичному ринку. Це контрастує з аристократичним туризмом 19 століття, який був доступний лише

обраним. Елітарний туризм, на відміну від масового, орієнтований на заможних клієнтів, які вимагають високого рівня обслуговування. Цей тип туризму стимулює розвиток туристичної індустрії, адже він сприяє впровадженню нових та вищих стандартів обслуговування.

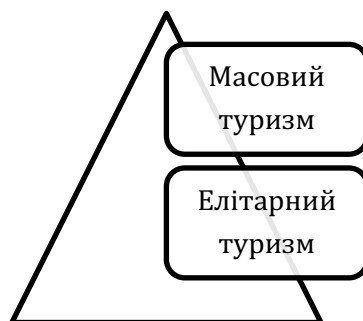


Рис. 1.6 - Класифікація туризму за іншими ознаками

Джерело: розроблено автором за даними [20]

Останній тип туризму, який ми розглянемо, - це екологічний туризм. Наразі він набуває надзвичайної важливості, оскільки зростання обізнаності людей щодо екологічних проблем сприяє популярності екологічного туризму. Сьогодні одним із ключових факторів вибору місця відпочинку є стан навколишнього середовища, що пояснює зростання попиту на екологічно орієнтовані подорожі. [21]

Міжнародний туризм є важливим сектором економіки, який сприяє культурному обміну між країнами та розвитку нових видів відпочинку. Його класифікація за різними ознаками, такими як типи подорожей та цілі, дозволяє краще зрозуміти різноманітність туристичних пропозицій. Від організованого до неорганізованого туризму, кожен вид задовольняє специфічні потреби мандрівників. Особливо важливим є екологічний туризм, який зростає на фоні підвищеної обізнаності людей про екологічні проблеми. Таким чином, міжнародний туризм продовжує відігравати ключову роль у сталому розвитку та міжкультурних зв'язках.

1.3 Етапи розвитку міжнародного туризму

Історія міжнародного туризму сягає роками. Ще з давніх часів люди подорожували світом. Пропонуємо розглянути етапи розвитку та становлення міжнародного туризму, щоб зрозуміти, як розвивалася дана галузь економіки.

В основному в джерелах науковці виділяють 4 основні етапи розвитку туризму (рис. 1.7). Перший (початковий етап) - з найдавніших часів і до 1841 року. Даний етап характеризувався переважно мігрантським характером подорожей, прагненням людства пізнати світ, що призвело до відкриття нових земель, розвитком торгівлі, релігійними подорожами та зростаючою потребою у знаннях і культурних обмінах. Витоки сучасного туризму сягають давніх мандрівок наших предків, які, хоч і не відповідали сьогоднішньому розумінню подорожей, заклали основу цього явища. Основними причинами, що спонукали первісних людей вирушати в дорогу, були необхідність освоєння нових територій для життя та діяльності, а також природна цікавість і прагнення пізнавати навколишній світ. Першим засобом пересування можна вважати човен, адже первісні люди найчастіше оселялися поблизу водойм. Це забезпечувало не лише джерело харчів, а й можливість переміщатися з одного місця до іншого. Таким чином, людина поступово опановувала нові території, знаходила більш сприятливі умови для життя та отримувала нові можливості. Саме в цей час почалося створення перших комунікацій, засобів пересування та шляхів, а також формування навичок орієнтування на місцевості. Ці досягнення стали основою для подорожей на далекі відстані. Однак у ті часи подорожі мали стихійний і переважно вимушений характер, здебільшого у формі міграцій у пошуках кращих умов життя. Подальший розвиток суспільства, формування товарно-грошових відносин, розподіл праці та поява людей, які не брали участі у виробничій діяльності, сприяли виникненню категорії постійних мандрівників. Цей перший етап розвитку подорожей і туризму

мав кілька ключових рис. Одним із важливих чинників була торгівля, яка стимулювала соціально-економічний розвиток, розширення знань про світ та встановлення економічних, культурних і політичних зв'язків між народами. Відомі торговці, такі як Марко Поло, не лише займалися комерцією, а й виконували роль дослідників, залишаючи після себе описи культур і традицій, які стали основою для створення географічних карт. Релігія також відіграла значну роль у розвитку подорожей. Прочанство створило необхідні умови для мандрівників: житло, харчування, транспорт та можливість відвідати святині. Наприклад, у Києво-Печерській лаврі вже у XVII столітті функціонували бібліотека, аптека, трапезна та «гостинні будинки» для прочан, які нагадували готелі. Прочани були однією з найбільш захищених категорій подорожуючих. Розвиток культури й мистецтва сприяв формуванню мандрівників, які прагнули ознайомитися з традиціями, пам'ятками та отримати освіту за кордоном. Пізнання природи, відкриття нових земель, унікальних кліматичних умов і цілющих джерел стимулювали подорожі з оздоровчою метою. Збільшення вільного часу в суспільстві стало важливим чинником, що забезпечив людям можливість подорожувати, відновлювати сили, пізнавати світ і залучати молодь до культурного й освітнього розвитку. Подорожі того періоду можна класифікувати за засобами пересування: пішохідні, на транспортних засобах і з використанням тварин. За мотивами вони поділялися на пізнавальні, оздоровчі, торгові, розважальні, прочанство, військові експедиції та морські подорожі. Попри появу різних напрямків подорожей, цей етап розвитку туризму не був масовим і організованим явищем. Окремі ініціативи, пов'язані з обслуговуванням мандрівників, мали ізольований характер. Туризм як окрема галузь економіки почав формуватися лише у другій половині XIX століття. Проте навіть на початкових етапах подорожі виконували важливі суспільні функції.

Другий (етап становлення організованого туризму) - з 1841 року до 1914 року. Основними характеристиками даного етапу розвитку туризму були поява перших туристичних компаній, транспортним прогресом, створенням туристичної

інфраструктури, появою професіоналів в сфері туризму, таких як гідів та менеджерів туризму та тенденцією елітного відпочинку, оскільки туризм почав розглядатися як привілей заможних верств населення, включаючи аристократів і буржуазію. Початком цього періоду можна вважати діяльність англійця Томаса Кука, який у 1841 році організував першу масову подорож для членів товариства тверезості з Лейстера до Лафборо. Тур включав повний комплекс послуг, серед яких були транспорт (залізничний), харчування та екскурсійне обслуговування. Цей досвід показав Куку та іншим підприємцям, що організовані подорожі можуть бути перспективними та прибутковими, що стало поштовхом до створення туристичних фірм. Протягом наступних двох десятиліть такі компанії почали з'являтися не лише в Англії, а й у Європі. Таким чином, 1841 рік став важливою віхою в історії розвитку туризму. Основними характеристиками цього етапу були:

- Розвиток науково-технічного прогресу: Наприкінці XIX — початку XX століття з'явилися нові види транспорту, які зробили подорожі комфортнішими та швидшими. Також активно будувалися дороги та вдосконалювалися засоби зв'язку.

- Туризм як елітний вид відпочинку: Основними клієнтами стали представники заможних верств населення, зокрема аристократія, інтелігенція, вищі військові чини та буржуазія.

- Розвиток туристичної інфраструктури: Почали активно з'являтися туристичні фірми, готелі, ресторани, заклади для розваг і транспортні агенції.

- Формування туристичних професій: З'явилися перші спеціалісти в галузі туризму, такі як турагенти, гідів, екскурсоводи, інструктори та менеджери.

- Створення туристичних центрів і курортів: Розвивалися нові туристичні локації, а старі курорти модернізувалися та вдосконалювалися.

Отже, у цей період туристична галузь перебувала на стадії формування, закладаючи основи для подальшого розвитку організованого туризму.

Третій (етап формування індустрії туризму) - з 1914 року до 1945 року. На даному етапі розвитку туризм отримав статус галузі економіки та став визнаною

економічною категорією, також почали створюватися державні та міжнародні організації, які займаються питаннями туризму, почалося впровадження відпусток, які стали для працівників стали стимулом для збільшення туристичних подорожей та почали з'являтися нові туристичні напрямки та маршрути. Третій етап розвитку туризму характеризується значними змінами, які сприяли його становленню як важливої галузі економіки. На цьому етапі туризм перестає бути лише дозволям для обраних і поступово перетворюється на структурований сектор із швидким розвитком туристичної індустрії. Держави та міжнародні організації починають активно залучатися до регулювання та підтримки туризму, що свідчить про його вихід на новий рівень – державний і міжнародний. Важливим моментом стало офіційне впровадження відпусток для працівників, що дало можливість більшій кількості людей, зайнятих у виробництві, планувати подорожі. Це розширило географію туристичних маршрутів, зробивши подорожі доступнішими та різноманітнішими.

Четвертий (етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії) - з 1945 року та триває до наших днів. Даний етап характеризується масовим туризмом і глобалізацією, поліпшенням фінансового становища громадян, що робить подорожі доступнішими, державним регулюванням туризму, глобалізацією індустрії та використанням інновації та технології, наприклад, використанням нових технологій, таких як онлайн-бронювання. Четвертий етап розвитку туризму відображає новий етап глобальних змін. У цей період значне покращення рівня життя населення та збільшення вільного часу стали основними факторами, що сприяли масовому поширенню туризму. Важливим досягненням цього періоду стало запровадження на державному рівні обов'язкових оплачуваних відпусток для працівників, що зробило подорожі доступними для більшої кількості людей. Туристична індустрія не лише активно функціонувала, а й стала ключовою галуззю економіки в багатьох країнах. Крім того, сформувалися основні міжнародні туристичні організації, які регулювали і сприяли розвитку туризму на глобальному

рівні. З цього часу туризм стає масовим явищем, доступним для більшості населення розвинених країн, і важливим чинником глобалізаційних процесів. Аналізуючи закономірності розвитку туризму, можна стверджувати, що його популярність і доступність безпосередньо залежать від рівня добробуту та культури суспільства. Чим вищий рівень цих показників, тим більше людей обирають туризм як спосіб проведення вільного часу. [22, 23]

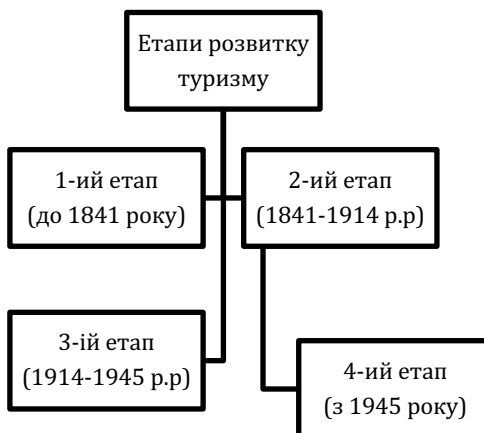


Рис. 1.7 - Етапи розвитку туризму

Джерело: розроблено автором за даними [20]

Отже, історія міжнародного туризму відображає еволюцію людських прагнень до пізнання світу. Протягом чотирьох основних етапів, починаючи з мігрантських подорожей до масового туризму, галузь зазнала значних змін. Перший етап ознаменувався пошуками нових земель, другий - становленням організованого туризму через створення туристичних компаній та інфраструктури. Третій етап заклав основи туристичної індустрії, а четвертий - призвів до глобалізації та доступності подорожей для широких верств населення завдяки технологічним інноваціям. Це свідчить про те, що міжнародний туризм продовжує розвиватися та адаптуватися до змін у суспільстві.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Тренди міжнародних туристичних потоків: ключові напрямки та їх динаміка

У сучасних умовах глобалізації міжнародний туризм є важливим чинником соціально-економічного розвитку багатьох країн світу. Аналіз трендів міжнародних туристичних потоків допомагає виявити основні напрямки, які користуються попитом серед туристів, а також відстежити динаміку їх змін під впливом економічних, культурних та політичних факторів. На фоні зростаючої конкуренції між туристичними дестинаціями особливу увагу привертають регіони, що демонструють стабільне зростання потоку туристів, а також нові ринки, які активно інтегруються у світову туристичну систему.

Як це видно з рис. 2.1, за даними аналітиків та підсумками 2023 року, обсяги міжнародного туризму досягли 88% від рівня, зафіксованого до пандемії, що становить приблизно 1,29 млрд міжнародних прибуттів туристів, що на 34% більше, ніж у 2022 році. Доходи від міжнародного туризму склали 1,4 трлн дол США, що становить 93% від показника 2019 року, коли вони досягали 1,5 трлн дол США. Прогнози на 2024 рік свідчать, що міжнародний туризм може перевищити докризові рівні приблизно на 2%. [24]

Для того, щоб проаналізувати ключові напрямки світового туризму та їх динаміку, пропонуємо розглянути потоки міжнародних туристів за останні 6 років, а саме з 2019 по 2024 р.р., статистичні дані у динаміці на 5 років відображені на рис. 2.1. У 2019 році міжнародний туризм досяг рекордних показників, перевищивши 1,4 млрд прибуттів міжнародних туристів. Однак пандемія COVID-19 у 2020 році

призвела до суттєвого спаду, зменшивши кількість прибуттів майже на 72%, що більше ніж 400 мільйонів. У 2021 році спостерігалось невелике покращення, але справжнє відновлення почалося лише у 2022 році, коли туристичні потоки досягли майже 1 млрд, що становило близько 67% від рівня до пандемії. У 2023 році сектор туризму продовжив активно відновлюватись, наближаючись до показників 2019 року з понад 1,3 млрд прибуттів туристів. Показники кількості туристів за 2024 рік свідчить про можливість повного відновлення та навіть перевищення допандемійних показників на 2%. Ця тенденція вказує на повернення попиту на міжнародні подорожі, адаптацію галузі до нових умов і стійкість туристичного сектору до глобальних викликів.

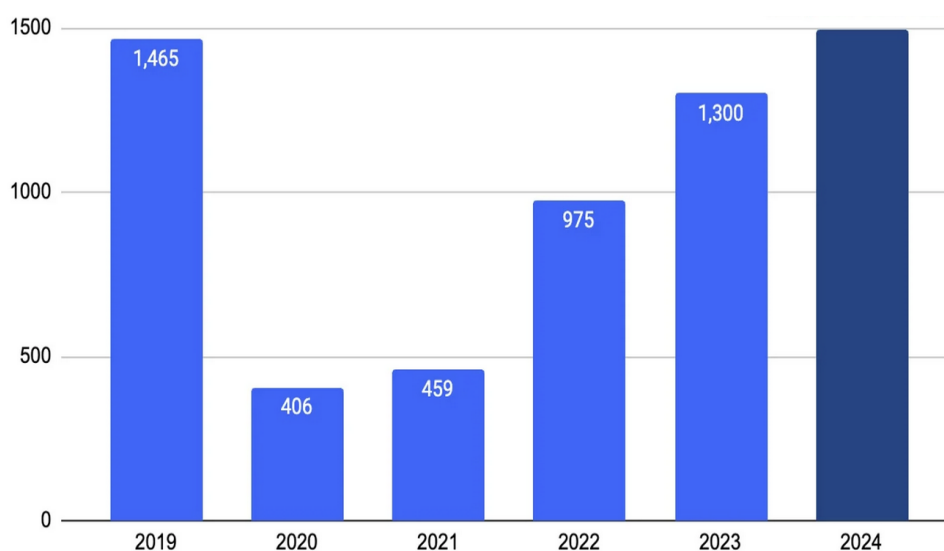


Рис. 2.1 - Потоки міжнародних туристів з 2019 по 2024 р.р., млрд [24]

Джерело: розроблено автором на основі [24]

Важливо також розглянути країни, які найбільше приваблюють туристів та є найбільш популярними серед туристів. Розглянемо рейтинг 10 найбільш популярних країн за обсягами туристів, зображені на рис. 2.2. За статистикою найбільш відвідуваною країною стала Франція, оскільки кількість міжнародних туристів у країні досягла у 2023 році 100 млн туристів. На другому місці ми бачимо

Іспанію, обсяги туристів за минулий рік у цю країну досягла 85,17 млн людей. Третьою за популярністю туристів країною є США, за статистикою у 2023 році сюди прибуло 66,48 млн туристів. Наступне в рейтингу місце в рейтингу посідає Італія, обсяги туристів в цю країну склали минулого року 57,25 млн туристів. Також однією з популярних країн серед туристів виступає Туреччина. Обсяги туристів в цю країну в 2023 році налічували 55,16 млн туристів. Другу п'ятірку популярних країн серед туристів відкриває Мексика. Минулого року в цю країну прибуло 42,15 млн людей. Наступною за популярністю серед туристів стала Велика Британія. Потоки міжнародних туристів в цю країну у 2023 році досягли 37,22 млн туристів. Німеччина також увійшла до рейтингу найбільш популярних країн за обсягами туристів, до цієї країни у минулому році прибуло близько 34,8 млн туристів. Греція також є однією з найбільш привабливих країн для туристів, в цю країну прибуло минулого року 32,74 млн туристів. Заключною в цьому рейтингу виступає Австрія. цю країну у 2023 році прибуло 30,91 млн туристів.

Також розглянемо економічний внесок міжнародного туризму в країнах за 2023 рік, виміряний у доходах, отриманих від туристів (рис. 2.3). Для прикладу візьмемо топ-10 країн, що лідирують за цим показником. На першому місці опинилися Сполучені Штати Америки, які отримали найбільший обсяг доходів - 175,9 млрд дол. Це значно перевищує результати інших країн і свідчить про потужну туристичну інфраструктуру, широкий спектр послуг та великий попит на американські туристичні напрямки.

Друге місце зайняла Іспанія з показником 92 млрд дол. Цей результат підтверджує стабільну популярність країни серед міжнародних туристів завдяки багатій культурній спадщині, теплій кліматичній зоні та розвиненій пляжній інфраструктурі. На третьому місці опинилося Об'єднане Королівство, яке отримало 73,9 млрд дол. Незважаючи на виклики, пов'язані з Брекзитом та пандемією COVID-19, країна змогла залучити значний потік туристів завдяки своїм історичним пам'яткам і бізнес-подорожам.



Рис. 2.2 – Рейтинг найбільш популярних країн серед туристів, млн

Джерело: розроблено автором на основі [24]

Далі йдуть такі країни, як Франція (68,6 млрд дол) та Італія (55,9 млрд дол), які залишаються традиційними європейськими туристичними напрямками. Важливими є також Об'єднані Арабські Емірати з доходом у 51,9 млрд дол. Цей показник свідчить про активний розвиток інфраструктури в Дубаї та Абу-Дабі. Країни, які займають нижчі позиції в цьому рейтингу, такі як Туреччина (49,5 млрд дол), Австралія (46,6 млрд дол), Канада (39,2 млрд дол) і Японія (38,6 млрд дол), також демонструють значні обсяги туристичних доходів. Вони залишаються привабливими напрямками завдяки своїм природним і культурним ресурсам, а також розвиненій туристичній логістиці.



Рис. 2.3 – Економічний внесок туризму в розвиток економіки країн

Джерело: розроблено автором за даними [24]

За даними рис. 2.4 проаналізуємо прогнози науковців на 2030 рік щодо домінуючих видів туризму у різних регіонах світу. Розглядалися основні три категорії туризму: внутрішній, внутрішньо регіональний та міжрегіональний туризм. На глобальному рівні переважатимуть внутрішні подорожі, які складатимуть 70% від загального обсягу туризму, тоді як частка внутрішньо регіональних і міжрегіональних подорожей становитиме 20% і 11% відповідно.

За прогнозами аналітиків, у країнах Америки домінуватиме внутрішній туризм, особливо у Північній Америці, де він досягне 85%. У Карибському регіоні, Центральній та Південній Америці внутрішні подорожі також займуть більшу частку, хоча у Центральній Америці значну роль відіграватимуть внутрішньо регіональні поїздки, які складатимуть 40%.

У Європі структура туризму буде більш збалансованою: у Західній Європі внутрішній туризм становитиме 53%, внутрішньо регіональний – 32%, а міжрегіональний – 15%. У Східній Європі частка внутрішніх подорожей дещо нижча, а внутрішньо регіональні досягнуть 44%.

В Африканському регіоні та на Близькому Сході туристичні потоки переважно будуть внутрішніми: у Північній Африці їхня частка становитиме 67%, а в Субсахарській Африці - 72%. У Північній Африці спостерігатиметься помітний баланс між внутрішньо регіональними та міжрегіональними поїздками, тоді як на Близькому Сході внутрішній туризм займе 39%, а частки внутрішньо регіонального і міжрегіонального будуть майже рівними - 36% і 25% відповідно.

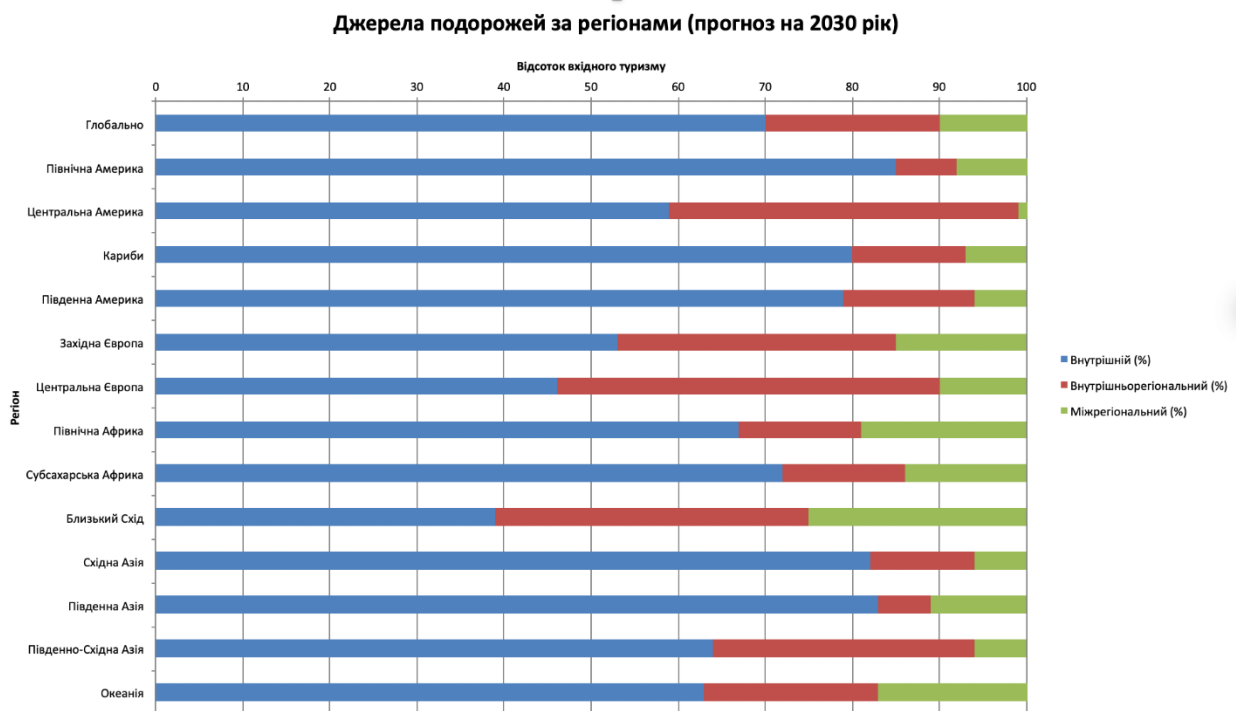


Рис. 2.4 – Прогноз на 2023 рік щодо домінування видів туризму в окремих регіонах, %

Джерело: розроблено автором на основі [25]

В Азії прогнозується значне домінування внутрішнього туризму, який сягатиме 82-83% у Північно-Східній та Південній Азії. У Південно-Східній Азії внутрішній туризм становитиме 64%, тоді як внутрішньо регіональні подорожі досягнуть 30%. В Океанії очікується подібна ситуація: 63% туристичних потоків будуть внутрішніми, а решта розподілиться між внутрішньо регіональними (20%) і міжрегіональними (18%) поїздками.

Отже, прогноз на 2030 рік свідчить про домінування внутрішнього туризму у всіх регіонах, хоча у Європі, Центральній Америці та на Близькому Сході значну роль відіграватимуть внутрішньо регіональні подорожі.

Також розглянемо рис. 2.5, де зображено, як змінювалися туристичні потоки у світі та їхню динаміку впродовж 2019-2024 р.р. Загальна тенденція свідчить про поступове повернення туризму до допандемічного рівня, хоча темпи цього процесу суттєво відрізняються залежно від регіону. На глобальному рівні у 2021 році спостерігалось значне скорочення міжнародних туристичних потоків, яке досягало -69% через суворі карантинні обмеження та закриття кордонів. Проте у 2022 році ситуація почала покращуватися, з падінням до -34%, а у 2023 році спад зменшився до -11%. Уже у першій половині 2024 року скорочення майже нівелювалося, досягнувши лише -4%. Такі позитивні зміни обумовлені ослабленням обмежень, відновленням авіасполучення та адаптацією галузі до нових умов. Серед регіонів найшвидше відновлення демонструє Близький Схід, який не лише досяг допандемічного рівня, але й перевищив його. Уже у 2023 році туристичні потоки зросли на 7% порівняно з 2019 роком, а в 2024 році показники зросли ще більше – на 26%. Це свідчить про успішну адаптацію регіону до змін і високий попит на туризм у цьому напрямку. Натомість Азія і Тихоокеанський регіон відновлюються найповільніше, що пов'язано із суворими та тривалими обмеженнями. У 2021 році спостерігалось найбільше падіння – 93%, і навіть у 2024 році показники залишаються на 18% нижчими за допандемічний рівень. Європа демонструє одну з найбільш стабільних динамік відновлення. Після значного скорочення на 59% у 2021 році, до 2023 року падіння зменшилося до 5%, а в 2024 році регіон майже досяг рівня 2019 року, відстаючи лише на 1%. Африка та Америка відновлюються зі схожими темпами, показуючи значне покращення після різкого падіння в 2021 році, досягнувши мінімального відставання від 2019 року – на рівні 3-4% у 2024 році. Загалом, графік ілюструє поступове повернення туризму до нормального стану, проте швидкість цього процесу варіюється залежно від географічних і економічних

факторів, а також тривалості дії обмежень у різних регіонах. Близький Схід стає лідером у відновленні, тоді як Азія і Тихоокеанський регіон стикаються з найбільшими труднощами, що створює неоднорідну картину глобального туристичного ринку.

Розглянемо також процес відновлення міжнародного туризму в різних регіонах світу після пандемії COVID-19, використовуючи дані аналітиків на рис. 2.6 станом на 2023 рік. Згідно з інформацією науковців, міжнародний туризм досяг 88% від свого рівня, що був зафіксований до пандемії. Ця тенденція вказує на значне покращення в порівнянні з попередніми роками. Наприклад, коли у 2020 році рівень туризму впав до 28%, у 2021 році зріс до 31%, а у 2022 році - до 66%. Дані тенденції свідчать про відновлення ринку міжнародного туризму, поступове зняття обмежень на подорожі, адаптацію туристичної галузі до нових реалій та відновлення попиту на міжнародні поїздки.

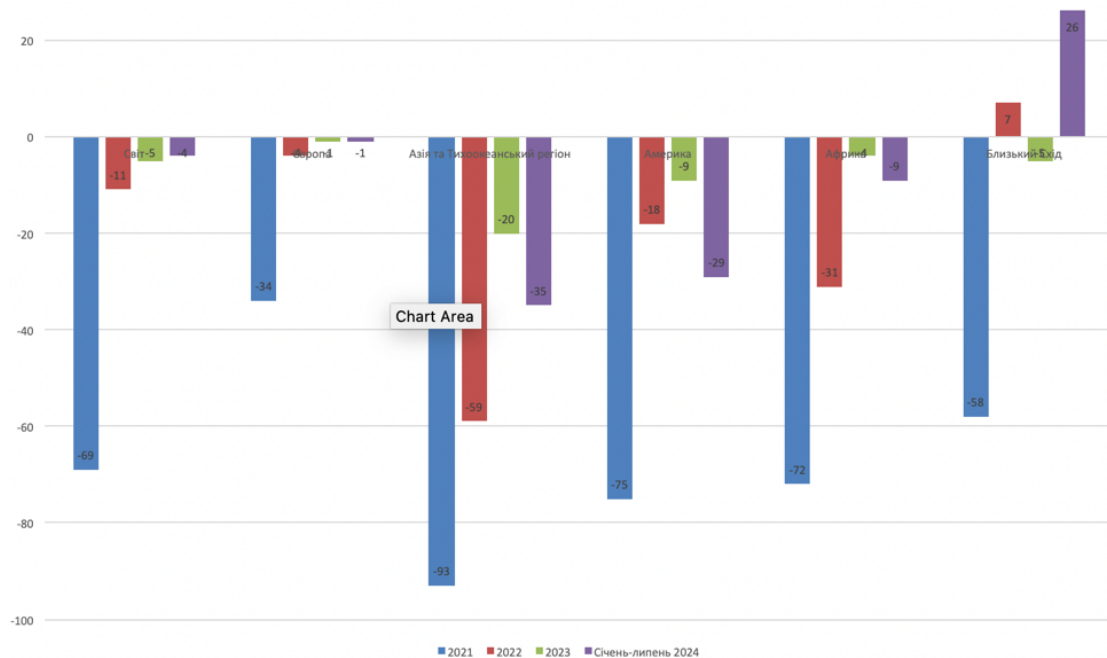


Рис. 2.5 – Зміна обсягів туристичних потоків з 2019 по 2023 р.р., %

Джерело: розроблено автором на основі [26]

Розглянемо детальніше дані про рівень відновлення для п'яти регіонів світу: Близького Сходу, Африки, Європи, Америки та Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Кожний з цих регіонів має свої особливості в темпах та ступені відновлення міжнародного туризму, що підкреслює нерівномірність впливу пандемії та швидкість адаптації галузі.

Близький Схід займає перше місце серед усіх регіонів, демонструючи вражаюче зростання відновлення міжнародного туризму. За даними науковців, у 2023 році рівень міжнародних туристичних потоків у цьому регіоні досяг 122% від докризових показників, що свідчить про перевищення рівня, зафіксованого до пандемії. Такий високий показник може бути зумовлений активним розвитком інфраструктури, агресивним просуванням регіону на світовому ринку та значними інвестиціями в туристичний сектор.

Щодо Африки, можна сказати, що цей регіон також демонструє позитивні результати, досягнувши 96% від показників, зафіксованих до пандемії COVID-19. Це свідчить практично про повне відновлення міжнародного туризму в регіоні, хоча залишається невеликий відсоток, який ще потрібно подолати, щоб регіону вийти на до пандемічний рівень.

Європейський регіон у свою чергу як один із найпопулярніших туристичних напрямків у світі, показав рівень відновлення на рівні 94%. Незважаючи на активне відновлення галузі, окремі обмеження на подорожі та економічні труднощі в деяких країнах продовжують впливати на повернення до показників 2019 року.

Нижчий показник відновлення туристичної галузі досягла Америка. Показник відновлення туризму в регіоні досягнув 90% відновлення, що вказує на стабільну динаміку повернення туристичного попиту. Високі показники свідчать про поступову нормалізацію міжнародних зв'язків та відновлення авіасполучення в регіоні.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон у свою чергу демонструє наразі найповільніші темпи відновлення міжнародного туризму. Рівень туризму у 2023

році становить лише 65% від докризових показників, в той час як 35% все ще залишаються не відновленими. Це може бути пов'язано із затримкою зняття карантинних обмежень, тривалою ізоляцією деяких країн, таких як Китай, та повільним поверненням міжнародних туристів до регіону.

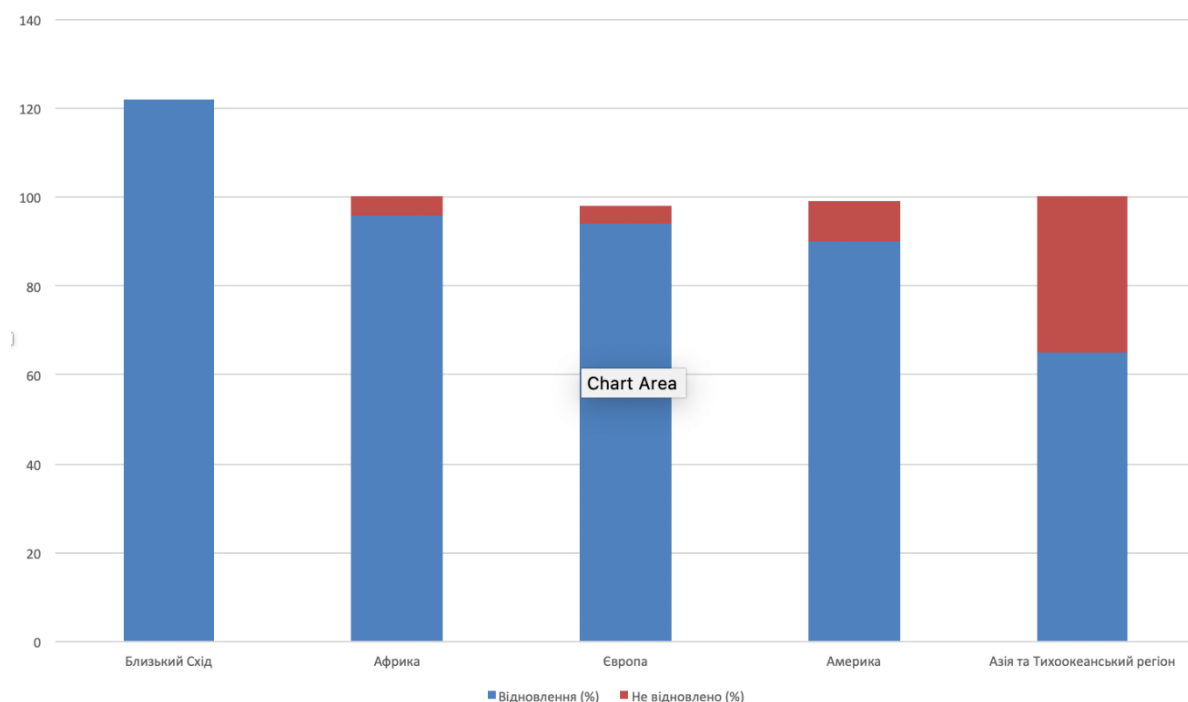


Рис. 2.6 – Відновлення міжнародного туризму в окремих регіонах за період 2023 року у порівнянні з 2019 р., %

Джерело: розроблено автором на основі [24]

Варто проаналізувати динаміку міжнародного туризму в розрізі доходів від туристичної галузі за останні 5 років зображену на рис. 2.7. У 2019 році доходи від туризму досягли рекордного рівня і становили приблизно 10 трлн. дол. США. Це був останній рік стабільного зростання перед глобальною кризою, викликаною пандемією COVID-19. У 2020 році доходи в сфері туризму різко знизилися, опустившись до найнижчого рівня за п'ять років через обмеження на пересування, закриття кордонів та зменшення попиту на подорожі. Ситуація почала відновлюватися лише в 2021 році, але рівень доходів залишався значно нижчим за

докризіві показники. У 2022 році спостерігалось помітне зростання доходів завдяки відновленню міжнародних подорожей, поступовому відкриттю кордонів та збільшенню мобільності населення. Ця позитивна тенденція продовжилася у 2023 році, коли доходи від туризму досягли приблизно 7-8 трлн. дол. США, що свідчить про значний прогрес у відновленні туристичної індустрії. Дані на 2024 рік свідчить про те, що туристичні доходи повністю відновляться до докризового рівня, що вказує на стабілізацію ринку та відновлення довіри споживачів до міжнародного туризму. Це досягнення стане результатом адаптації галузі до нових умов, зокрема завдяки впровадженню цифрових технологій, покращенню заходів безпеки та стимулюванню внутрішнього та регіонального туризму.

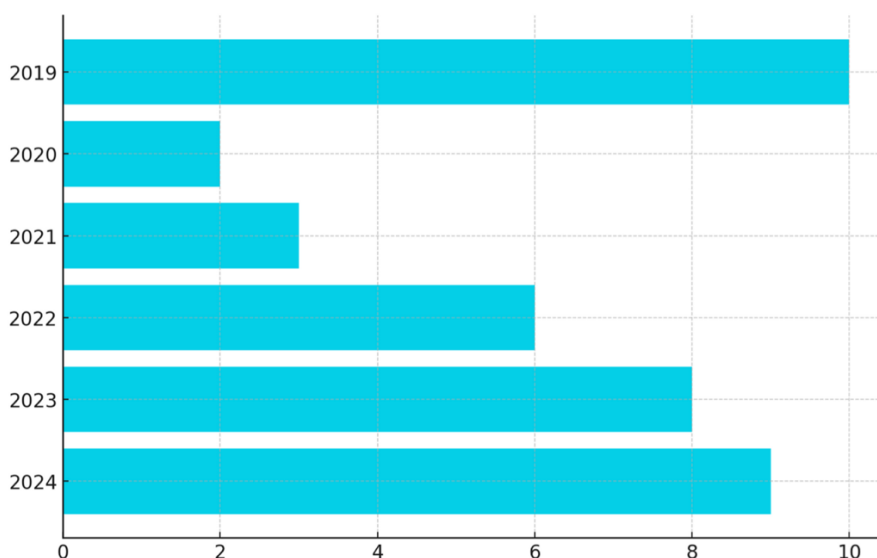


Рис. 2.7 – Обсяги доходів між міжнародного туризму з 2019 по 2024 р.р., трлн дол США [27]

Отже, у сучасному міжнародному туризмі можна виділити кілька ключових трендів, які формують його розвиток. По-перше, відновлення туризму після пандемії COVID-19 демонструє стійке зростання туристичних потоків, які до 2024 року можуть перевищити допандемійний рівень. Популярність напрямків залишається стабільною, лідерами є Франція, Іспанія та США, тоді як нові ринки активно інтегруються у світову туристичну систему. Економічний внесок туризму

в національній економіці зростає, зокрема США, Іспанія та Велика Британія лідирують за доходами. Прогнозується, що до 2030 року домінуватимуть внутрішні подорожі, які складатимуть 70% від загального обсягу туризму, тоді як внутрішньо регіональні та міжрегіональні поїздки становитимуть 20% та 11% відповідно. Туристична галузь також адаптується до нових викликів, впроваджуючи інновації та враховуючи зміни в запитах туристів, такі як стійкість, індивідуалізація подорожей і технологічні рішення для покращення досвіду подорожей.

2.2 Вплив економічних факторів на розвиток світового туризму

Економічні фактори відіграють важливу роль у формуванні світових туристичних потоків, визначаючи, наскільки доступними є подорожі та наскільки конкурентоспроможними є дестинації. Зміни в рівні доходів населення, коливання валют, економічна стабільність окремих регіонів і витрати на транспорт є основними чинниками, які впливають на вибір туристичних маршрутів та їхню популярність. Особливо важливою є здатність туристичного сектору адаптуватися до економічних криз, пропонуючи привабливі варіанти навіть у складних економічних умовах.

Туризм є однією з найприбутковіших сфер світової економіки, займаючи провідні позиції серед експортно орієнтованих галузей, поступаючись лише видобутку нафти та автомобілебудуванню. Він має важливе значення для економічного зростання, зміцнення конкурентоспроможності країн на світових ринках та підвищення рівня життя населення. [28]

Пропоную розглянути детальніше чинники що мають значний вплив на туризм. З табл. 2.1 видно, що загалом науковці виділяють 4 типи чинників, що впливають на міжнародний туризм: політичні, економічні, соціально-демографічні

та науково-технічні. Зупинимося та розглянемо детальніше власне економічні фактори. До них відносять наступні:

- економічну стабільність - даний показник визначається відсутністю різких коливань в економіці країни, стабільним рівнем інфляції, низьким рівнем безробіття та передбачуваністю розвитку економічних процесів. Економічна стабільність створює сприятливі умови для розвитку туризму, оскільки туристи зазвичай обирають країни, де відчують фінансову безпеку та впевненість у стабільності валютного курсу. У країнах з нестабільною економікою туристичний потік може зменшуватися через побоювання політичних або економічних ризиків;

- фінансову ситуацію - цей фактор охоплює стан банківської системи, доступність кредитів, рівень інфляції та стабільність національної валюти. Країни з розвиненою фінансовою системою мають більше можливостей для інвестування в туристичну інфраструктуру, що робить їх більш привабливими для туристів. У той же час, у країнах з високою інфляцією або нестабільністю валюти вартість подорожей може стати занадто високою для туристів, що знижує їхню конкурентоспроможність на світовому ринку;

- доходи населення – даний показник безпосередньо впливає на купівельну спроможність людей, зокрема на їхні можливості подорожувати. У країнах з високим рівнем доходів громадяни частіше вирушають за кордон, що сприяє розвитку міжнародного туризму. Натомість у країнах з низьким рівнем доходів туристичний потік може бути значно меншим, оскільки люди в основному витрачають гроші на задоволення базових потреб;

- зовнішньоекономічну діяльність держави - фактор включає експортно-імпортні відносини, торговельні угоди, митну політику та інші аспекти, що формують економічні зв'язки країни із зовнішнім світом. Країни, які активно залучені в міжнародну торгівлю та мають відкриту економіку, часто отримують більший потік туристів, оскільки туристи бачать їх як доступні й зручні для

подорожей. Водночас високі митні збори або обмеження можуть створювати бар'єри для туристів, знижуючи їхній інтерес;

– ступінь інтегрованості в світогосподарську систему – показник передбачає активну участь у міжнародних організаціях, торгових альянсах та глобальних економічних процесах. Чим більше країна інтегрована в світову економіку, тим більше туристів вона здатна залучити. Це пов'язано з покращенням транспортної логістики, використанням спільних валютних зон (наприклад, євро), зменшенням бар'єрів для подорожей та співпрацею в сфері туризму. У протилежному випадку, країни з низьким рівнем інтеграції часто стикаються з обмеженнями туристичних потоків через бюрократичні труднощі або недостатню інфраструктуру. [29]

Табл. 2.2 дає змогу зробити висновок, що існують економічні чинники, які мають як позитивний, так і негативний вплив на розвиток міжнародного туризму. Серед позитивних аспектів можна виділити активний розвиток інформаційних технологій та інтернет-комунікацій, які полегшують доступ туристів до послуг і розширюють можливості для планування подорожей. Важливу роль також відіграє також збільшення національних і іноземних інвестицій у туристичну інфраструктуру, що сприяє покращенню якості послуг і зростанню туристичних потоків. Підвищення доходів населення в багатьох країнах створює сприятливі умови для зростання попиту на подорожі, а стабільність міжнародної політики та економіки забезпечує передбачуваність і комфортне середовище для туризму. Крім того, зменшення робочого часу в ряді країн стимулює розвиток туристичного сектору, надаючи більше вільного часу для подорожей.

З табл. 2.2 видно, що існують фактори, які негативно впливають на розвиток галузі. Серед них - відносна закритість економіки деяких країн та нестабільність туристичної політики, що обмежує міжнародні туристичні потоки. Зовнішньоекономічна напруженість також створює ризики для міжнародного туризму, знижуючи взаємодію між країнами.

Табл. 2.1 – Фактори впливу на розвиток туризму [29]

Фактори впливу на міжнародний туризм			
<i>Політичні</i>	<i>Економічні</i>	<i>Соціально-демографічні</i>	<i>Науково-технічні</i>
Політична стабільність	Економічна стабільність	Чисельність та вік населення	Рівень наукових розробок
Участь у міжнародних організаціях	Фінансова ситуація	Рівень складності й інтенсивності праці	Сучасні технології обслуговування
Стан торговельного і платіжного балансу	Доходи населення	Зміна персонального доходу	Технологізація туристичної індустрії
Міжнародна обстановка	Зовнішньоекономічна діяльність країни	Гнучкий графік робочого часу	Комп'ютеризація туристичної індустрії
	Ступінь інтегрованості у світогосподарську систему	Туристична активність	

Відсутність систематизації туристичних ресурсів і недостатній розвиток туристичного бізнесу в окремих країнах зменшують їхню привабливість. Додатковою проблемою є недостатнє використання культурної та історичної спадщини, яка могла б стати важливим активом для розвитку туризму. Економічні чинники відіграють важливу роль у розвитку туризму, створюючи необхідні умови для його функціонування та забезпечуючи конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку туристичних послуг. Визначальним економічним фактором є цінова доступність, яка залежить від вартості туристичних путівок, проживання, транспортування та послуг, а також від співвідношення ціна/якість.

Табл. 2.2 – Чинники позитивного та негативного впливу на міжнародний туризм [29]

Чинники позитивного впливу	Чинники негативного впливу
Активний розвиток та використання інформаційних технологій та інтернет-комунікацій	Відносна закритість економіки низки країн світу та непостійність туристичної політики
Збільшення обсягів національних (державних) та іноземних інвестицій у розвиток міжнародного сегменту туристичної галузі	Зовнішньоекономічна напруженість у міжнародних відносинах
Збільшення доходів населення в багатьох країнах світу	Відсутність розгалуженої системи систематизації та обліку туристичних ресурсів
Стабільність міжнародної політики та міжнародної економіки	Низький рівень розвитку та використання міжнародного сегменту туристичного бізнесу
Активний розвиток тенденцій щодо зменшення робочого та збільшення вільного часу потенційних туристів	Нерозумне використання культурної та історичної спадщини країн з високим рівнем привабливості для міжнародного туризму

Зниження витрат через оптимізацію податкової політики або ефективне управління ресурсами може підвищити привабливість туристичних послуг.

З рис. 2.8 видно, що одним із ключових чинників є розвиток інфраструктури, особливо транспортної, яка забезпечує доступ до туристичних об'єктів. Інтенсивний розвиток авіаційного транспорту наприкінці XX століття сприяв збільшенню кількості мандрівок, а якість наземного транспорту впливає на комфортність пересування туристів як усередині країни, так і за її межами. Важливим є також розвиток готельного господарства, ресторанів, розважальних закладів та інших об'єктів туристичної інфраструктури, які створюють комфортні умови для перебування.

Людські ресурси також відіграють важливу роль у конкурентоспроможності країни. Наявність висококваліфікованих кадрів, доступ до професійної освіти та впровадження нових технологій сприяють наданню якісних послуг і розвитку різних галузей. Природні та культурні ресурси також мають велике значення для привабливості країни, адже різноманіття природи, культурні пам'ятки та історичні об'єкти залучають туристів, що, в свою чергу, сприяє економічному зростанню.

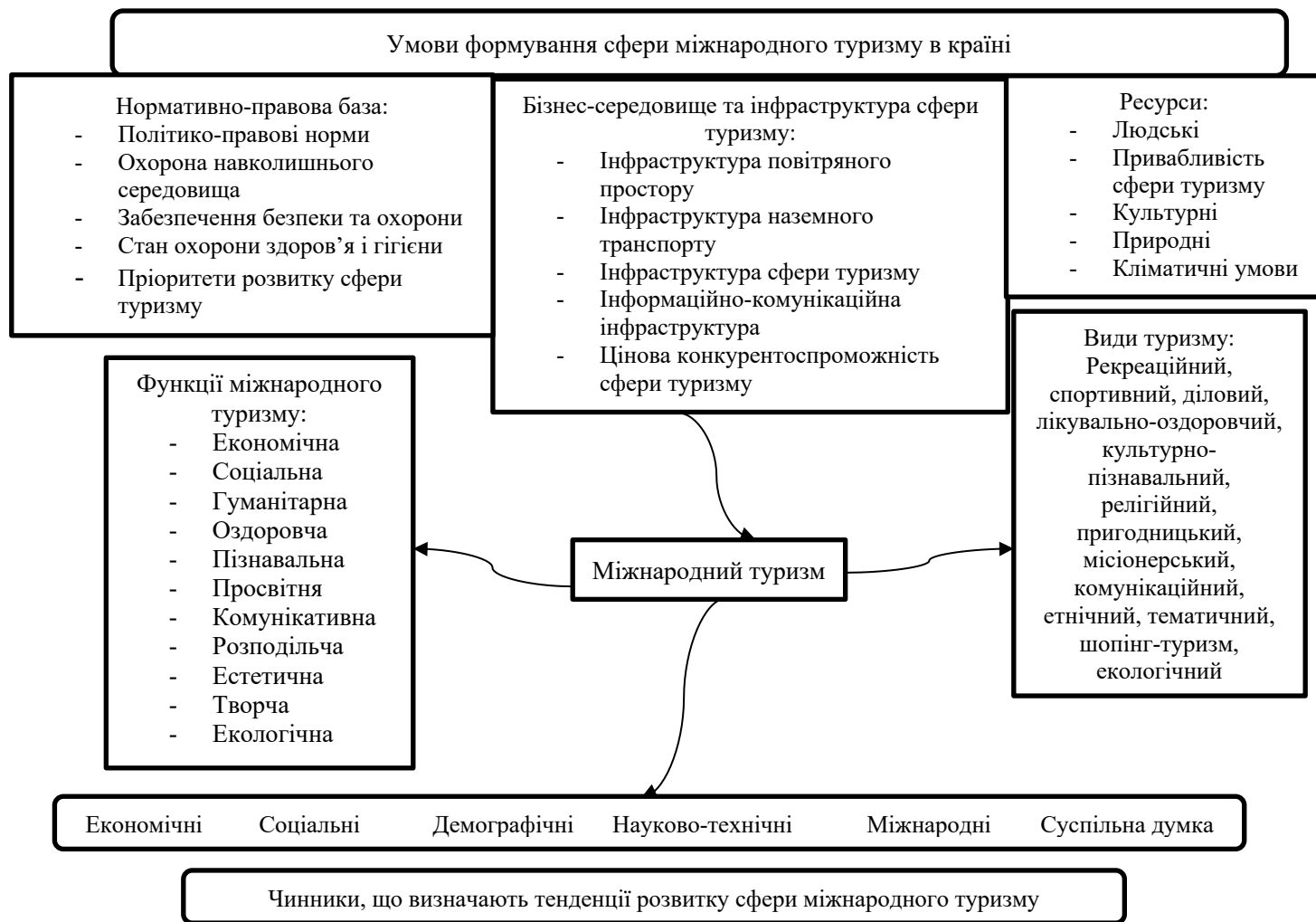


Рис. 2.8 - Умови формування сфери міжнародного туризму в країні [30]

Окремо слід підкреслити важливість інвестицій. Капіталовкладення в інфраструктуру, інновації та розвиток туристичних послуг підвищують ємність ринку, збільшують кількість відвідувачів і покращують міжнародний імідж країни.

Економічні програми та державна підтримка у вигляді сприятливого бізнес-середовища, податкових пільг і ефективного регулювання також створюють умови для розвитку туризму.

Отже, економічні чинники, такі як доступність і якість інфраструктури, людські ресурси, природні та культурні багатства, інвестиції та державне регулювання, є основою для успішного розвитку туризму в будь-якій країні. [30]

2.3 Міжнародні туристичні потоки у сучасних умовах та наслідки від COVID-19

Пандемія COVID-19 суттєво змінила характер і динаміку міжнародних туристичних потоків, ставши безпрецедентним викликом для глобальної туристичної галузі. Обмеження на подорожі, закриття кордонів і впровадження карантинних заходів призвели до різкого скорочення кількості туристів, що негативно вплинуло на економіку багатьох країн, які залежать від туризму. Водночас у постпандемічний період спостерігається поступове відновлення міжнародного туризму, а також формування нових трендів, таких як зростання попиту на внутрішній туризм, екологічно орієнтовані подорожі та цифровізація туристичних послуг.

Згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації, кількість міжнародних туристів у 2020 році скоротилася на 73%, тобто на 1,1 мільярда туристів. Якщо ж оцінити загальні збитки туристичної галузі та світового ВВП, то можна сказати, вплив внесок туризму у світовий ВВП скоротився на 2000 млрд дол. США. [31]

На рисунку 2.9 показано динаміку міжнародних туристичних потоків з 1989 до 2020 року, яка ілюструє всі тенденції туристичних потоків у світі за 30 років. У

1989 році кількість міжнародних туристичних прибуттів становила 438 мільйонів. У наступні роки спостерігалось стабільне зростання, і до 2000 року ця цифра зросла до 673 мільйонів. Проте в 2003 році епідемія SARS призвела до зменшення міжнародних туристичних потоків на 2 мільйони, що відповідало спадові на 0,4%. Незважаючи на це, туризм швидко відновився, і до 2008 року обсяги прибуттів досягли 956 мільйонів. У 2009 році, через глобальну економічну кризу, кількість міжнародних туристів зменшилася на 37 мільйонів, або на 4%. Однак знову відбулося відновлення, і у 2019 році міжнародний туризм досяг свого піку, а саме 1,461 мільярда прибуттів. Цей рік став рекордним в історії, що свідчить про високу популярність міжнародних подорожей. Проте пандемія COVID-19 у 2020 році призвела до безпрецедентного скорочення туристичних потоків. Протягом року кількість міжнародних туристичних прибуттів впала на 1,1 мільярда, що становить зниження на 74% у порівнянні з попереднім роком.



Рис. 2.9 – Кількість міжнародних туристичних прибуттів
за період з 1990 – 2020 рр. [32]

Табл. 2.3 дає можливість зробити висновок, що у 2019 році кількість міжнародних туристичних прибуттів досягла 1,5 мільярда, що стало найвищим показником за всі роки. Однак у 2020 році, через глобальні обмеження на подорожі, цей показник знизився більш ніж на 70% і склав лише 406 мільйонів. У 2021 році ситуація трохи покращилася: кількість туристичних прибуттів зросла до 429 мільйонів, хоча це все ще значно менше, ніж до кризи. Експортні доходи від міжнародного туризму, які включають надходження від туристів та доходи від пасажирських перевезень, у 2019 році становили 1,7 трлн. дол. США. У 2020 році, через зменшення туристичних потоків, цей показник впав до 651 мільярда доларів, що є більш ніж дворазовим зменшенням. У 2021 році доходи зросли до 728 мільярдів доларів, але все ще залишаються значно нижчими за рівень 2019 року. Прямий внесок туризму у світовий ВВП також зазнав значного скорочення: у 2019 році цей сектор забезпечував 3,5 трлн. дол. США, але у 2020 році цей показник зменшився до 1,7 трлн. дол. США. У 2021 році спостерігається поступове відновлення, адже внесок туризму у ВВП зріс до 2,2 трлн. дол. США.

Табл. 2.3 - Кількість міжнародних туристичних прибуттів [33]

Показник	2019	2020	2021
Міжнародні туристичні прибуття (туристи, які залишаються на ніч)	1,5 млрд дол США	406 млн дол США	429 млн дол США
Експортні доходи від міжнародного туризму (надходження від міжнародного туризму + пасажирські перевезення)	1,7 трлн дол США	651 млрд дол США	728 млрд дол США
Прямий валовий внутрішній продукт туризму	3,5 трлн дол США	1,7 трлн дол США	2,2 трлн дол США

Пропоную розглянути залежність найбільш розвинених країн світу від туризму. Як бачимо на графіку, внесок туристичної галузі у ВВП країн варіюється від 4,2% до 15,5%. Найбільший вплив туризму у ВВП своєї країни вносить Мексика, як бачимо у розмірі 15,5%, що свідчить про значну залежність від туризму.

Наступною в рейтингу є Іспанія, внесок цієї країни у ВВП складає 14,3%. Внесок туризму Італії у свою чергу приносить 13% ВВП країни. 11,3% припадає на Китай, наступною в рейтингу країною йде Австралія, які також достатньо залежать від туризму, показник Австралії складає 10,8%. Майже однаковий показник внеску туризму у ВВП країни мають Німеччина та Великобританія, показники Німеччини становить 9,1%, а Великої Британії - 9,0%. Нижчу позицію займають Сполучені Штати Америки, показник залежності ВВП країни від туризму становить 8,6%. Майже такий же показник має Франція, внесок туристичного бізнесу у ВВП своєї країни складає 8,5%. Бразилія у свою чергу приносить 7,7% у ВВП країни. Японія має дещо нижчий показник, її внесок у ВВП складає 7,0%. Наступної у рейтингу країною є Індія, її внесок у ВВП країни складає 6,8%. Канада має меншу залежність від туристичної галузі країни, її показник - 6,3%. Також можемо побачити, що невелику частку вкладу туризму у ВВП має Росія, її показник - 5,0%. Останнє місце у цьому рейтингу займає Південна Корея, країна є найменш залежною від туризму, частка туристичної галузі у ВВП країни складає 4,2%.

Також розглянемо вплив пандемії COVID-19 на світовий туризм у першому кварталі 2020 р. (порівняно з 1 кварталом 2019 р.). На графіку бачимо, що стан бронювань готелів та інших туристичних об'єктів у 2020 році значно зменшився. Наприклад, загальний показник у світі зменшився на 80%. Можу зазначити, що стан азіатсько-тихоокеанського регіону постраждав найбільше, оскільки кількість бронювань туристичної галузі в регіоні скоротився на 97%. Американський регіон постраждав дещо менше і показник зменшення бронювань складав у 2020 році 80%. Майже такий відсоток зменшення бронювань складав у Європі, оскільки показник зменшення бронювань склав 75%. Найменший показник склав 66% в регіоні Африки та Близького Сходу.

Розглянемо, як змінювалися міжнародні туристичні потоки у 2019 та 2020 р.р. Можемо побачити глобальні зміни в обсягах міжнародних туристичних потоків у 2019 і 2020 роках. Ці дані чітко демонструють значний спад туристичної активності

через пандемію COVID-19. У 2019 році загальна кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі досягла 1,5 мільярда, що на 4% більше в порівнянні з попереднім роком. Проте можемо побачити, що у 2020 році цей показник різко впав до 381 мільйона, що відповідає скороченню на 74%. Найбільше постраждали регіони з активним міжнародним туризмом, де пандемія призвела до суворих обмежень на поїздки. Наприклад, Європа мала найбільший обсяг туристичних потоків у 2019 році, що досягав 746 мільйонів прибуттів, що на 4% більше, ніж у 2018 році. Однак у 2020 році кількість туристів впала до 221 мільйона, що становить зниження на 70%. Подібна ситуація спостерігалася і в Азії та Тихоокеанському регіоні, де в 2019 році було зафіксовано 360 мільйонів туристичних прибуттів зі зростанням на 4%, але вже у 2020 році цей показник знизився до 57 мільйонів, що відповідає скороченню на 84%. Це найбільший спад серед усіх регіонів, що свідчить про надзвичайно суворі карантинні обмеження. У 2019 році в Америку приїхало 219 мільйонів туристів, що на 1% більше, ніж у попередньому році. Однак у 2020 році кількість туристів різко знизилася до 69 мільйонів, що становить зменшення на 69%. Африка, хоча й мала менші обсяги туризму в порівнянні з іншими регіонами, також зазнала значних втрат. У 2019 році континент прийняв 70 мільйонів туристів, а в 2020 році цей показник впав до 18 мільйонів, що відповідає скороченню на 75%. Подібна ситуація спостерігалася на Близькому Сході, де кількість туристів у 2019 році становила 65 мільйонів, але в 2020 році знизилася до 16 мільйонів, що також є зменшенням на 75%.

Рисунок 2.10 демонструє зміну обсягів прибуттів туристів у відсотках по регіонах (Європа, Америка, Близький Схід, Азійсько-Тихоокеанський регіон та Африка) протягом періоду з квітня до листопада 2020 року. У квітні більшість регіонів показують стабільно високі показники прибуттів (особливо Європа, Азія, та Африка), однак уже з травня ситуація починає змінюватися. Найбільш різке падіння спостерігається у Європі, де обсяг прибуттів скорочується з понад 90% до майже нуля вже в червні. Схожі тенденції, але менш різкі, характерні для Близького

Сходу та Азійсько-Тихоокеанського регіону, де спад стає помітним ближче до серпня-вересня. Америка демонструє найбільш стабільне зменшення - спад починається повільно, але зберігається протягом усього періоду, досягаючи низького рівня ближче до листопада. Водночас Африка до серпня тримається на відносно високих рівнях, але після цього також зазнає помітного спаду.

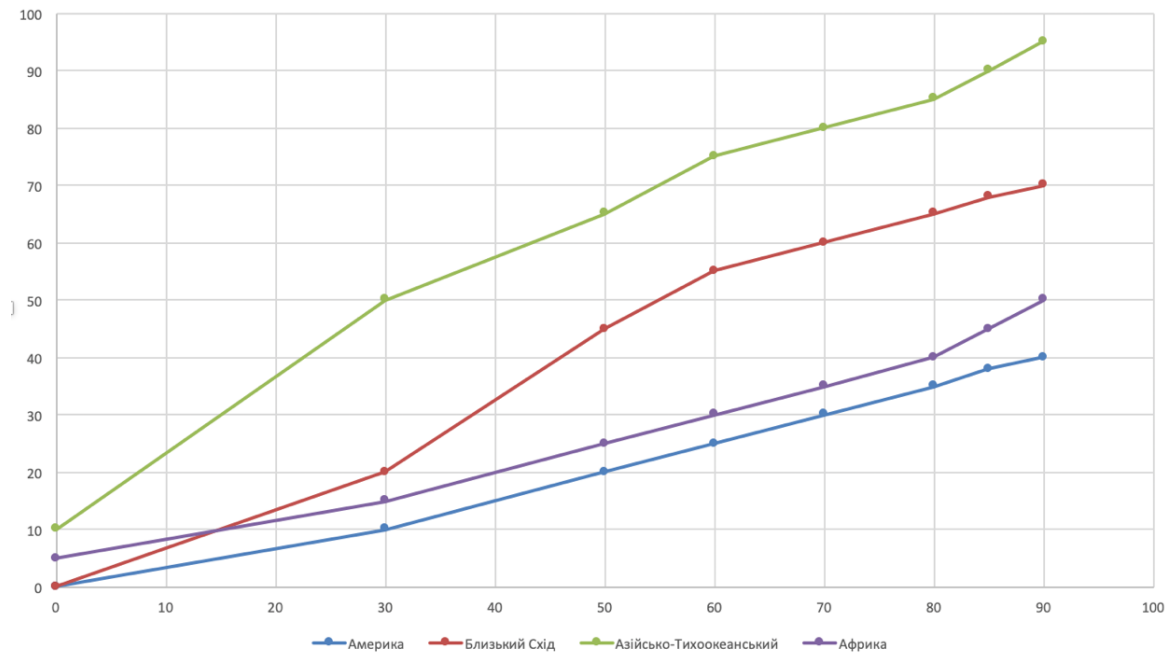


Рис. 2.10 – Кількість прибуттів туристів у 2020 році в окремих регіонах світу [33]

Для того, щоб підтримувати туристичну галузь країни розробили низку заходів. Розглянемо їх детальніше:

- Китай провів дослідження, щоб визначити частку внутрішнього туризму у загальному попиті. Уряди провінцій у свою чергу активно заохочували відкриття туристичних локацій з суворим контролем;
- Литва, Латвія та Естонія створили «бульбашку подорожей», відкривши кордони для своїх громадян.

- Ізраїль запустив віртуальні екскурсії по визначних пам'ятках, щоб підвищити інтерес до подорожей.
- Італія, Ісландія, Литва та Республіка Корея запровадили державні ваучери на внутрішні поїздки для сімей.
- Франція дозволила замінювати відшкодування за скасовані подорожі ваучерами, які діють протягом 18 місяців.
- Японія виділила понад 10 млрд дол на субсидії для підтримки туристичної галузі.
- Нова Зеландія затвердила підтримку туризму, спрямовану на розвиток внутрішнього туризму та міжнародні рекламні кампанії.
- Кенія відкривала поступово туристичні заклади та надавала безкоштовні сертифікати для країн Східної Африки. [34]

Сучасні міжнародні туристичні потоки зазнали значних змін під впливом глобальних викликів, зокрема пандемії COVID-19. Ця криза виявила вразливість туристичної галузі, водночас стимулюючи адаптацію та трансформацію її структур. Введення жорстких карантинних заходів, обмеження на пересування та закриття кордонів призвели до значного скорочення обсягів міжнародного туризму, зниження доходів галузі та втрати робочих місць. Пандемія також змінила пріоритети туристів, підкресливши важливість безпеки, екологічної стійкості та індивідуального підходу до подорожей. Зросла популярність внутрішнього туризму, цифрових технологій (наприклад, віртуальні тури, онлайн-бронювання), а також нових форматів подорожей, таких як еко-туризм і “подорожі в ізоляції”. Наслідки COVID-19 для міжнародного туризму мали не лише економічний, але й соціальний характер. Таким чином, пандемія стала каталізатором змін, що окреслили нові напрямки розвитку туризму в глобальному масштабі, водночас наголошуючи на необхідності гнучкості та інноваційності для подолання сучасних викликів.

Таким чином можна сказати, що пандемія COVID-19 суттєво змінила характер і динаміку міжнародних туристичних потоків, викликавши безпрецедентний спад у глобальній туристичній індустрії. Обмеження на подорожі, закриття кордонів і карантинні заходи призвели до зменшення кількості міжнародних туристів на 74% у 2020 році, що становить 1,1 млрд осіб у порівнянні з 2019 роком. Це негативно вплинуло на економіки країн, які значною мірою залежать від туризму. Зокрема, внесок туризму у світовий ВВП зменшився з 3,5 трлн дол США у 2019 році до 1,7 трлн дол у 2020 році, а експортні доходи від міжнародного туризму впали з 1,7 трлн дол до 651 млрд дол.

Найбільше постраждали регіони, де міжнародний туризм відіграє ключову роль, зокрема Європа та Азійсько-Тихоокеанський регіон, де зниження туристичних прибутків склало 70% і 75% відповідно. Водночас країни, які мають значну частку ВВП, залежну від туризму, такі як Мексика (15,5%), Іспанія (14,3%) та Італія (13%), зазнали найбільшого впливу. У регіональному розрізі бронювання готелів скоротилося на 97% в Азії, на 80% в Америці, на 75% у Європі та на 66% в Африці й на Близькому Сході.

Однак у постпандемічний період міжнародний туризм почав поступово відновлюватися. У 2021 році кількість туристичних прибуттів зросла до 429 млн, а доходи від міжнародного туризму досягли 728 млрд дол, хоча ці показники все ще нижчі за рівень 2019 року. Крім того, пандемія сприяла виникненню нових трендів у туристичній галузі, таких як зростання попиту на внутрішній туризм, екологічно орієнтовані подорожі та цифровізація туристичних послуг. Ці зміни можуть сприяти сталому розвитку галузі в майбутньому, забезпечуючи адаптацію до нових умов і викликів. [34]

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

3.1 Перспективи розвитку міжнародного туризму

Міжнародний туризм є однією з найважливіших галузей світової економіки, яка суттєво впливає на економічний розвиток країн, культурний обмін та міжнаціональну співпрацю. Сьогодні, в умовах глобалізації, цифровізації та постпандемічного відновлення, ця сфера стикається з багатьма викликами, але також відкриває нові можливості для зростання. Одним із ключових чинників, що визначають перспективи розвитку туризму, є інтеграція інноваційних технологій, які підвищують доступність, комфорт і безпеку подорожей. Важливими аспектами залишаються сталий розвиток, адаптація до зміни клімату та посилення екологічної свідомості, які формують нові тренди у виборі туристичних напрямків. Розглянемо основні напрями розвитку міжнародного туризму та чинники, що впливають на його трансформацію в найближчому майбутньому.

Туризм є важливим двигуном економічного зростання для багатьох країн, відіграючи ключову роль у формуванні валового внутрішнього продукту, забезпеченні зайнятості населення та наповненні державного бюджету. Зокрема, для 38% країн світу туризм є основним джерелом доходу, а для 83% - входить до п'ятірки найважливіших джерел. Міжнародний туризм сприяє розвитку таких суміжних галузей, як транспорт, зв'язок і виробництво товарів народного споживання, а також стимулює приплив іноземної валюти та покращення соціального добробуту. Водночас, основною перевагою індустрії є її здатність

створювати інклюзивний і сталий економічний розвиток, сприяти зростанню зайнятості, зменшенню бідності та міжкультурному обміну.

Попри позитивний вплив, туристична індустрія стикається з викликами, серед яких міжнародний тероризм, нелегальна міграція, поширення соціально небезпечних захворювань та екологічні проблеми. Також нерівномірний розвиток туризму між регіонами пов'язаний з різним рівнем економічного добробуту. Наприклад, країни Західної Європи займають провідні позиції на глобальному ринку туризму. [35]

Варто зазначити, що міжнародний туризм є важливим елементом світової економіки, оскільки галузь забезпечує до 10% глобального ВВП та 8% від загального обсягу експорту. Туристична індустрія сприяє розвитку суміжних секторів, таких як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво інфраструктури, а також модернізація рекреаційних зон. Значна увага приділяється сталому розвитку, що поєднує економічний ріст із захистом довкілля. Все більше туристів обирають екологічно чисті подорожі, що сприяє створенню нових туристичних продуктів, орієнтованих на свідомих споживачів.

Популярність масового туризму зростає наразі завдяки доступним цінам на транспорт і збільшенню чартерних рейсів. Однак дана тенденція у свій час вимагає більш ефективного управління туристичними потоками, щоб уникнути перенасичення популярних напрямків. Одночасно зростає попит на індивідуальні пропозиції, які враховують специфічні потреби кожного клієнта. Спеціалізовані тури, освітні подорожі або відпочинок у сільській місцевості стають дедалі популярнішими. Освітній туризм, зокрема, пропонує унікальну можливість поєднати мандрівку з вивченням іноземних мов або професійним навчанням, що робить його особливо привабливим.

Сучасний ринок туризму також активно впроваджує інновації. Цифровізація, діджиталізація, автоматизація та використання штучного інтелекту змінюють галузь, підвищуючи якість обслуговування та персоналізацію послуг. Туристичні

компанії також все більше уваги приділяють PR-кампаніям, співпрацюючи зі ЗМІ, організовуючи рекламні тури та семінари для формування позитивного іміджу своїх продуктів і послуг.

Зміна уподобань туристів також впливає на розвиток галузі. Короткострокові подорожі та мандрівки до менш відомих місць стають дедалі популярнішими. Водночас туристи все частіше обирають гнучкі умови проживання, такі як самотійне харчування. Завдяки зростанню попиту на індивідуальні та спеціальні пропозиції, міжнародний туризм стає багатогранним явищем, що враховує різноманітні потреби клієнтів. [36]

Пандемія COVID-19 призвела до безпрецедентного зниження туристичної активності. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2020 році кількість міжнародних туристичних прибуттів зменшилася на 70% у порівнянні з 2019 роком. Ці наслідки стали результатом обмежень на пересування, соціального дистанціювання та закриття кордонів. У регіональному контексті найбільших втрат зазнав Азійсько-Тихоокеанський регіон, який став епіцентром пандемії.

Незважаючи на труднощі, кризова ситуація спонукала галузь шукати нові рішення. Однією з ключових адаптаційних тенденцій стало впровадження цифрових технологій. Зокрема, розвиток віртуальних турів та онлайн-букінгу дозволив зберегти зв'язок із клієнтами та підтримувати інтерес до подорожей. Також зріс попит на внутрішній туризм і нові формати подорожей, такі як staycation (відпочинок поблизу дому) та workation (поєднання роботи й відпочинку).

Зміна споживчих пріоритетів визначила появу нових напрямів розвитку:

- Wellness-туризм. Постковідна реабілітація, спрямована на підтримку фізичного та психічного здоров'я, стала одним із основних трендів.
- Сталий туризм. Зростаюча увага до екологічності подорожей стимулює розвиток моделей, які зменшують вплив на природу та сприяють збереженню культурної спадщини.

- Безконтактний туризм. Забезпечення високого рівня безпеки та гігієни стало вирішальним фактором у виборі туристичних послуг.

Для стабілізації галузі важливою є роль державної підтримки. Антикризіві заходи включають: фінансову допомогу підприємствам галузі, розробку стратегій безпечного відновлення подорожей, стимулювання інновацій, зокрема впровадження цифрових платформ для управління туристичними потоками тощо. [37]

Варто зазначити, що пандемія COVID-19 змінила поведінку туристів та структуру попиту туристів. Тому розглядаючи перспективи міжнародного туризму на найближчі роки, можемо сказати, що ми можемо очікувати зростання популярності місцевих подорожей через економічні фактори та потребу в безпеці. Щодо туристичних підприємств: вони повинні знайти баланс між короткостроковими прибутками та довгостроковою стабільністю, розробляючи стратегії для підтримки конкурентоспроможності на ринку .

Окрім того, стійкість міжнародного туризму буде залежати від впровадження інновацій та сталого розвитку. Використання цифрових технологій, запровадження екологічних стандартів і посилення контролю за безпекою допоможуть відновити галузь. [38]

Прогнози щодо перспективи розвитку міжнародного туризму на 2022-2032 роки показують, що деякі країни будуть збільшувати свою роль у світовому туризмі. Завдяки своїм природним, культурним і технічним ресурсам, а також завдяки розвитку інфраструктури такі країни, як Китай, США, Індія, Німеччина та інші, повинні стати основними драйверами цього зростання. Прогноз подорожей і туризму для топ-10 країн світу на цей період підтверджує їхню важливість у глобальному туризмі.

Відповідно до таблиці 3.1 можемо побачити, що станом на 2022 рік до топ-10 найбільш популярних туристичних країн входили: Ванатау, Тонга, Соломонові острови, М'янма, Фіджі, Ангілья, Україна, Монголія, Мадагаскар, Камбоджія.

Проте за даними науковців, у найближчі 10 років статистика досить зміниться і як бачимо за прогнозами аналітиків, основними найбільш перспективними та популярними туристичними країнами будуть: Китай, США, Індія, Німеччина, Японія, Велика Британія, Франція, Мексика, Італія, Іспанія. Розглянемо кожну з цих країн окремо та проаналізуємо можливі причини для підвищення популярності цих країн серед туристів.

1. Китай з прогнозованим внеском у ВВП у 3915,0 млрд дол демонструє значні перспективи завдяки зростанню внутрішнього туризму, розвитку туристичної інфраструктури та залученню міжнародних туристів.

2. США у свою чергу з прогнозом у 2663,7 млрд дол, залишаються однією з найпопулярніших країн завдяки різноманіттю культурних, природних і розважальних пропозицій.

3. Індія - очікується, дана країна з внеском у 457,1 млрд дол стане швидко зростаючим ринком завдяки своїй культурній спадщині, різноманіттю ландшафтів і сприятливим економічним умовам для розвитку туризму.

4. Німеччина - прогнозований внесок у 434,2 млрд дол свідчить про її стабільну позицію як одного з провідних туристичних центрів Європи з багатим спектром культурних і історичних пам'яток.

5. Японія з прогнозом у 425,3 млрд дол продовжує приваблювати туристів своєю унікальною культурою, технічними досягненнями та природними красотами.

6. Велика Британія - очікуваний внесок цієї країни у 343,4 млрд дол підкреслює його важливість у сфері туризму завдяки багатій історії, культурним подіям і відомим туристичним маршрутам.

7. Франція з внеском у 290,2 млрд дол залишається ключовим гравцем завдяки своїм всесвітньо відомим пам'яткам, культурній спадщині та розвиненій туристичній інфраструктурі.

8. Мексика - прогнозований внесок у 260,2 млрд дол свідчить про її зростаюче значення на світовій туристичній арені завдяки природним і культурним багатствам.

9. Італія з прогнозом у 249,5 млрд дол підтверджує свою популярність як одна з провідних туристичних дестинацій з багатою культурною спадщиною та різноманітними туристичними принадами.

10. Іспанія з прогнозованим внеском у 245,8 млрд дол, Іспанія залишається важливим туристичним центром, відомим своїм теплим кліматом, пляжами та культурними пам'ятками.

Таблиця 3.1 - Прогноз подорожей і туризму топ 10 країн світу на 2022–2032 роки [39]

№	Рейтинг 2022	Загальний внесок до ВВП, млрд. дол. (складний річний приріст CAGR), %	№	Рейтинг 2032	Загальний внесок до ВВП, млрд. дол.
1	Ванатау	28,4	1	Китай	3915,0
2	Тонга	19,4	2	США	2663,7
3	Соломонові острови	18,2	3	Індія	457,1
4	М'янма	16,9	4	Німеччина	434,2
5	Фіджі	16,6	5	Японія	425,3
6	Ангілья	15,4	6	Велика Британія	343,4
7	Україна	14,6	7	Франція	290,2
8	Монголія	14,4	8	Мексика	260,2
9	Мадагаскар	13,4	9	Італія	249,5
10	Камбоджія	13,2	10	Іспанія	245,8

У нинішніх умовах складно зробити точне передбачення, як розвиватиметься туристична галузь, проте, аналізуючи дослідження провідних світових онлайн-платформ, інформаційних агентств, що спеціалізуються на індустрії подорожей, та європейських постачальників сучасних інформаційних технологій, можна виділити спільні тенденції, які, ймовірно, вплинуть на розвиток туризму в найближчі роки. Табл. 3.2 дає змогу зробити припущення про ймовірні зміни, що очікують туристичну індустрію в найближчій перспективі.

Таблиця 3.2 - Найбільш ймовірні зміни, які очікують туристичну галузь у найближчі роки за даними світових онлайн-платформ та інформаційних агентств [40]

№	Booking.com	Amadeus	Skift
1	Подорожі як метод турботи про себе, відновлення балансу, розділення роботи та відпочинку	Нові джерела натхнення для подорожей	Зростання цінності та значущості подорожей
2	Більше задоволення у поїздках	Прагнення «насолоджуватися моментом»	Подорожі на далекі відстані стануть довгими
3	Бажання підтримувати місцеві спільноти	Активний екотуризм	Недалекі подорожі, сільський та природний туризм, найближчі культурні пам'ятки
4	Розширення кола спілкування мандрівниками	Повернення ділових поїздок	Бізнес-мандрівки; відпустку у компанії друзів
5	Імпровізація – важлива частина подорожей; гнучкість – важлива умова туристичної галузі	Інтерес до високотехнологічних варіантів подорожей	Поділ між різними напрямками бізнесу ставатиме дедалі умовнішим; абонемент на подорожі; круїзні компанії розвиватимуть свої острови; зміни на ринку створюватимуть нові можливості

Основою для проведеного аналізу стало масштабне дослідження, організоване компанією Booking, в якому взяли участь 24 000 мандрівників із 31 країни. Результати дослідження компанія доповнила своїми даними та висновками за останні 25 років, прогнозуючи зміни в уявленнях про подорожі в найближчій перспективі. Крім того, важливу інформацію було отримано з досліджень інформаційного агентства Skift, що спеціалізується на індустрії подорожей, та європейського постачальника сучасних інформаційних технологій Amadeus, через які понад 1,6 мільярда мандрівників щорічно отримують доступ до послуг туристичних агенцій, авіакомпаній, готелів та інших туристичних постачальників.

Згідно з аналітичною таблицею 3.2, найбільш ймовірні прогнози виглядають наступним чином: зростання значення та попиту на подорожі, особливо на далекі; активний розвиток екотуризму, підтримка місцевих громад, зростання популярності близьких подорожей, сільського та природного туризму; повернення ділових поїздок, розширення можливостей спілкування під час подорожей та зростання інтересу до відпусток із друзями; гнучкість, нові можливості та зацікавленість у високотехнологічних варіантах подорожей, таких як умовність поділу між різними напрямками бізнесу, абонементи на подорожі, створення власних островів круїзними компаніями тощо. [40]

Таким чином, міжнародний туризм має значний потенціал для розвитку. Інноваційні підходи, екологічна орієнтація та стратегічне управління дозволять цій галузі не лише зберігати свої позиції, а й активно сприяти економічному зростанню та соціальному добробуту. [40]

3.2 Основні проблеми та виклики розвитку глобального ринку туризму та шляхи подолання

Глобальний ринок туризму, незважаючи на свою важливу роль у забезпеченні економічного зростання, створенні робочих місць та міжкультурному обміні, стикається з численними викликами, які ускладнюють його стабільний розвиток. Основними проблемами є негативні наслідки зміни клімату, екологічне забруднення, поширення міжнародного тероризму, нелегальна міграція, а також соціальні й економічні нерівності між країнами. Ситуацію ускладнюють пандемії та кризи, які порушують туристичні потоки та знижують попит на послуги індустрії гостинності. У таких умовах вирішення цих проблем вимагає комплексного підходу, що включає адаптацію до нових реалій, розвиток сталого туризму,

впровадження інноваційних технологій і посилення міжнародного співробітництва. Саме ці аспекти визначатимуть перспективи подальшого зростання галузі та підвищення її стійкості до зовнішніх викликів.

Згідно зі звітом про глобальні ризики 2024 року, що був підготований Всесвітнім економічним форумом, туристична галузь стикається з низкою складних викликів, серед яких геополітична нестабільність, економічні коливання, інфляція та екстремальні погодні умови. Також важливим завданням залишається забезпечення збалансованого розвитку та стійкості. Це пов'язано з високою сезонністю, перенаселеністю туристичних об'єктів і можливим поверненням рівня викидів вуглецю до показників, характерних для періоду до пандемії. У звіті також піднімаються питання рівності та інклюзії. Хоча туризм створює значну кількість робочих місць із відносно високою заробітною платою, особливо в країнах, що розвиваються, гендерна нерівність залишається серйозною проблемою для таких регіонів, як Близький Схід, Північна Африка та Південна Азія.

Попри ці труднощі, туристична індустрія має великий потенціал для подолання цих викликів. Для цього важливо зосередити зусилля на таких заходах, як використання туризму для підтримки збереження природи та інвестування у формування кваліфікованої, інклюзивної та стійкої робочої сили. [41]

До основних проблем, з якими стикається на даний момент туристична галузь відносять: глобальні виклики, перенасичення туристичних об'єктів, екологічну сталість, технологічні виклики, регуляторні та нормативні складнощі та зміни у поведінці споживачів (рис. 3.1). Проаналізуємо кожен глобальну проблему окремо та розглянемо шляхи вирішення чи мінімізації даної проблеми.

1. Глобальні виклики, до цієї категорії викликів можна віднести природні катастрофи, кризи у сфері охорони здоров'я (наприклад, пандемії), політична нестабільність та загроза безпеці можуть значно вплинути на туристичні потоки та стабільність галузі. Для вирішення даної проблеми та підвищення стійкості необхідно впроваджувати ефективні плани управління кризовими ситуаціями,

інвестувати у заходи безпеки та здоров'я, а також диверсифікувати ринки, з яких надходять туристи.

2. Перенасичення туристичних об'єктів, оскільки надмірний туризм у популярних напрямках призводить до погіршення стану довкілля, перевантаження інфраструктури та зниження якості життя місцевих жителів. Щоб вирішити цю проблему, країнам варто впроваджувати принципи сталого туризму, розвиток менш популярних маршрутів та регулювання туристичних потоків допоможуть зменшити негативний вплив перенасичення.

3. Екологічна сталість, оскільки туристична діяльність спричиняє значні екологічні проблеми, зокрема викиди вуглецю, руйнування природних середовищ та утворення великої кількості відходів. Для того, щоб зменшити ризики та вплив проблеми на галузь можна впровадженням екологічно дружніх ініціатив, популяризацією відповідального туризму та інвестуванням у стійку інфраструктуру приваблять туристів, які цінують екологію.

4. Технологічні виклики, оскільки швидкий розвиток технологій змінює традиційні підходи до подорожей та очікування клієнтів. Використання сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, штучний інтелект та безконтактні рішення, допоможе покращити досвід туристів та відповідати їхнім новим потребам і відповідно ці шляхи допоможуть вирішити дану проблему.

5. Регуляторні та нормативні складнощі - постійні зміни у законодавстві, що стосуються подорожей, охорони здоров'я та безпеки, створюють додаткові перешкоди для галузі. Для вирішення даної проблеми туристичної індустрії необхідно стежити за змінами у нормативній базі, впроваджувати прозорі практики та співпрацювати з регуляторними органами для уникнення ризиків.

6. Зміни у поведінці споживачів - нові споживчі переваги, які формуються під впливом таких факторів, як сталий розвиток, безпека та пошук унікального досвіду, змушують бізнес адаптуватися. Щоб вирішити проблему, щоб займатися постійним

вивченням сучасних трендів, персоналізація послуг та використання цифрового маркетингу допоможуть залучити нових клієнтів і втримати постійних. [42]



Рис. 3.1 - Глобальні проблеми міжнародного ринку туризму

Джерело: розроблено автором на основі [42]

Зі стратегічним підходом туристична індустрія здатна не лише подолати ці виклики, а й використати їх як можливості для сталого розвитку, залучення туристів і покращення добробуту громад.

Розглянемо також детально 10 проблем з якими стикаються наразі компанії туристичного ринку. Однією з основних проблем є висока конкуренція на ринку, що ускладнює процес того, щоб компанія могла виділятися на фоні своїх конкурентів. Щоб уникнути даної проблеми підприємствам важливо чітко визначити свої унікальні переваги, такі як індивідуальний досвід, вигідне розташування або висока якість обслуговування, і використовувати креативні маркетингові стратегії, наприклад, сторітелінг через візуальний контент, активне використання відгуків клієнтів тощо.

Не менш важливим викликом є питання довіри до безпеки здоров'я, особливо після пандемії COVID-19, дане питання залишається досить важливим. Компанії мають повинні впроваджувати зрозумілі протоколи безпеки, демонструвати їх через візуальний контент, пропонувати віртуальні тури та забезпечувати гнучкі умови скасування бронювання, щоб зменшити занепокоєння клієнтів, щоб підвищити довіру своїх споживачів до компанії.

Також варто зазначити, що сучасний ринок вимагає активної роботи з цифровими платформами бронювання, які часто беруть високі комісії. Щоб зменшити залежність від таких сервісів, компанії повинні інвестувати у розвиток власних веб-сайтів і залучати клієнтів через соціальні мережі. В епоху глобальної діджиталізації та цифровізації компаніям варто інвестувати в технології та розвивати власні платформи та веб-сайти.

Підкреслимо, що соціальні медіа та медійність наразі відіграють важливу роль у підтримці зв'язку з клієнтами та залученні нової аудиторії. Тому в туристичному секторі потрібно залишатися активним, створювати автентичний контент, використовувати рекламу та співпрацювати з лідерами думок (інфлюенсерами), щоб зберігати впізнаваність у світі постійного інформаційного шуму.

Зміни в попиті на ринку є ще однією значною перешкодою для світового ринку туризму. Варто проводити постійне дослідження ринку а моніторинг, аналіз зворотного зв'язку від клієнтів і готовність до адаптації, які дозволяють підприємствам залишатися актуальними. Інноваційність і гнучкість стають ключовими факторами для виживання компаній на глобальному світовому ринку.

Негативні відгуки, які часто з'являються в Інтернеті, також можуть суттєво вплинути на репутацію компанії. Важливо регулярно моніторити відгук и, професійно реагувати на критику та впроваджувати високі стандарти обслуговування клієнтів, щоб уникнути негативу, забезпечити високі стандарти якості наданих туристичних послуг та сервісу.

Бюджетні обмеження ускладнюють реалізацію ефективних маркетингових кампаній. В умовах обмежених фінансових ресурсів цифрові маркетингові інструменти, такі як SEO, електронна пошта та соціальні мережі, стають ефективними рішеннями. Також корисними є партнерства з іншими компаніями.

Диверсифікація аудиторії потребує ретельного вивчення демографічних груп та створення персоналізованих повідомлень, які враховують їхні інтереси. Важливо також пропонувати широкий спектр послуг, щоб задовольнити різноманітні потреби клієнтів.

Конкуренція з електронною комерцією вимагає створення унікального досвіду для відвідувачів фізичних локацій, організації спеціальних подій та заохочення відвідувачів до створення контенту на місці.

Автоматизація маркетингових процесів може допомогти ефективніше взаємодіяти з клієнтами. Сегментація аудиторії, персоналізація повідомлень і постійний моніторинг автоматизованих кампаній дозволяють підвищити ефективність роботи. [43]

Також вже можемо побачити та проаналізувати прогнози аналітиків щодо викликів у туристичному секторі на 2025 рік. Серед основних викликів - економічна та політична невизначеність, зокрема, через переобрання Дональда Трампа на пост президента США. Його політика може суттєво вплинути на візові обмеження, екологічні ініціативи та міжнародну торгівлю, що, в свою чергу, змінить потоки міжнародного туризму та глобальний ландшафт галузі.

Не менш важливим викликом наступного року є екологічна стійкість. Індустрія має значний вуглецевий слід, і, незважаючи на зусилля щодо скорочення викидів, прогрес у цьому напрямі поки що залишається недостатнім. Дослідження показують, що країни з високим рівнем доходів виробляють набагато більше викидів на душу населення в порівнянні з біднішими державами, що ускладнює глобальні екологічні виклики.

Інфляція також додає складнощів, адже зростання цін на товари та послуги ускладнює доступність подорожей для багатьох туристів. Наприклад, у Туреччині зростання внутрішніх цін змушує громадян шукати дешевші альтернативи подорожей у сусідні країни. Це явище спостерігається також у багатьох інших регіонах світу, де інфляція впливає на туристичну активність.

Інтеграція новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту, є важливим викликом. ШІ відкриває значні можливості для персоналізації туристичних послуг, але його впровадження ускладнюється проблемами з безпекою даних, недостатньою технічною базою та нестачею спеціалістів. Незважаючи на ці труднощі, технологічні інновації є необхідним інструментом для адаптації до потреб сучасних споживачів.

Дефіцит робочої сили, викликаний можливими змінами в імміграційній політиці, також є суттєвою проблемою. Галузі, які залежать від сезонних працівників, можуть зіткнутися з підвищенням витрат на оплату праці та необхідністю автоматизації процесів для заповнення кадрових прогалин.

Крім того, змінюється поведінка туристів. Набирають популярності так звані "сміливі подорожі" - авантурні та фізично складні активності, які пропонують новий формат туризму, орієнтований на вихід за межі зони комфорту. Такі зміни вимагають від індустрії творчого підходу та готовності задовольняти нові запити. [44]

Хочу зазначити, що за даними науковців, одним з глобальних викликів туристичної індустрії буде овертуризм. Це явище, овертуризм - це явище, яке виникає через надмірну кількість туристів у певних місцях, що створює проблеми для місцевих жителів, інфраструктури та навколишнього середовища. Популярні туристичні місця, такі як Амстердам, Венеція, Гоа або міста південної Європи, страждають від наслідків масового туризму, який призводить до транспортних заторів, підвищеного рівня забруднення тощо. У відповідь на цю проблему деякі країни та міста почали вводити певні обмеження. Наприклад, у Венеції ввели плату

за однократний візит і обмежили розмір груп, а в Амстердамі перенесли круїзний термінал за межі центру. В Барселоні, Греції та Новій Зеландії також пройшли заходи, схожі на ці. Але вони не завжди працюють, оскільки ці рішення часто лише змінюють характер проблеми, а не вирішують її.

Загрозою явища овертуризму є те, що це шкодить туристам і місцевим громадам, оскільки створює черги, шум і хаос, що знижує якість відпочинку. Крім того, переповнені місця завдають значних екологічних збитків через руйнування та забруднення природних об'єктів. Експерти стверджують, що краще зосередитися на стійких рішеннях, а не на обмеженнях. Такі зміни включають популяризацію непопулярних маршрутів, розширення сезонного туризму, розподіл потоків туристів у різних локаціях і підвищення обізнаності туристів про важливість екологічної відповідальності. Такий підхід не лише зменшить негативні наслідки, але й сприятиме гармонійному співіснуванню туризму, місцевих громад і навколишнього середовища. [45]

Таким чином можемо сказати, щоб успішно подолати виклики 2025 року, туристична індустрія має бути гнучкою та інноваційною.

3.3 Залучення України до ринку міжнародного туризму

Залучення України до міжнародного туристичного ринку є важливим напрямом розвитку національної економіки, що має великий потенціал для підвищення її конкурентоспроможності та інтеграції у глобальні процеси. Унікальні природні, культурні та історичні ресурси України створюють сприятливі умови для розвитку туристичної індустрії, залучення іноземних інвестицій і збільшення туристичних потоків. Проте реалізація цього потенціалу залежить від вирішення ряду ключових завдань, зокрема розбудови сучасної інфраструктури,

вдосконалення державної політики у сфері туризму, забезпечення безпеки туристів і підвищення якості послуг. Активна інтеграція України до світового туристичного ринку сприятиме не лише зростанню доходів, але й формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Міжнародний туризм в Україні зазнав значних трансформацій через геополітичну нестабільність. До 2014 року країна входила до десятки найбільш популярних туристичних напрямків, щороку приймаючи близько 25 млн іноземних туристів. Проте з початком російсько-української війни туристичні потоки різко скоротилися, що пов'язано з небезпекою для туристів, руйнуванням інфраструктури, закриттям повітряного простору та іншими викликами. [46]

Однією з найбільших проблем розвитку туризму та залучення України до міжнародного туризму є військовий конфлікт. На рис. 3.2 можемо побачити негативний вплив військових конфліктів на туристичний та сектор гостинності.

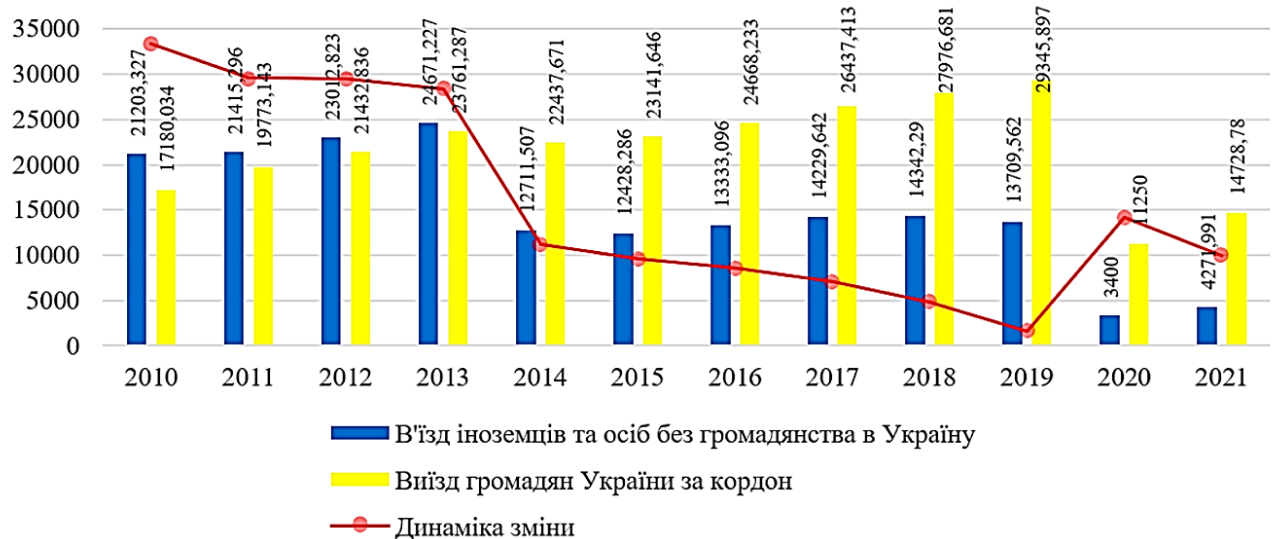


Рис. 3.2 - В'їзні та виїзні туристичні потоки у 2010-2021 рр. в Україні [46]

Як це видно з рис. 3.3, основними ключовими негативними наслідками є:

1. Зниження рівня безпеки та захисту туристів, що є основним фактором, який стримує іноземних туристів від відвідування країни.

2. Пошкодження та руйнування туристичної інфраструктури, який обмежує можливості для обслуговування гостей та розвитку туристичних об'єктів.

3. Міграція населення, зокрема кваліфікованих кадрів - це викликає дефіцит професіоналів у сфері туризму та гостинності, що ускладнює відновлення галузі.

4. Згорання туристичних програм через перерозподіл фінансів - ресурси спрямовуються на оборонні та соціальні сфери, що знижує увагу до розвитку туризму.

5. Погіршення туристичної привабливості країни - це зменшує інтерес потенційних мандрівників, посилюючи стереотипи про небезпеку регіону.

6. Зменшення туристичних потоків та доходів - це негативно впливає на бюджети як місцевих громад, так і держави загалом.

Отож, відновлення туристичної галузі може стати можливим через створення безпечного середовища, відновлення інфраструктури і відповідну підготовку кадрів. [47]

Попри складні обставини, Україна має значний потенціал для відновлення своєї привабливості на міжнародному туристичному ринку. Для цього необхідно впроваджувати нові форми організації туризму, орієнтуючись на безпеку та використання мережевих структур малого бізнесу. Сталий розвиток туризму в умовах глобалізації та інновацій стане ключовим фактором економічного зростання, створення робочих місць та підвищення іміджу країни на міжнародній арені.

Також важливо налагоджувати міжнародну співпрацю, просувати маловідомі туристичні напрямки та залучати інвестиції для розвитку туристичної інфраструктури. Туризм має стати важливим елементом у післявоєнному відновленні економіки України. [47]



Рис. 3.3 - Негативні наслідки впливу збройних конфліктів на сферу туризму та гостинності [47]

Незважаючи на воєнній дії в нашій країні, туристична індустрія продовжує функціонувати. За даними науковців, після початку війни у 2022 році державний бюджет втратив близько 30% доходів саме від галузі туризму. Туристичні компанії змінюються, активно залучаючись до волонтерської діяльності та співпрацюючи з гуманітарними організаціями. Сучасний туризм в основному складається з ділових поїздок, які пов'язані з офіційними делегаціями, волонтерами, міжнародними журналістами та іноземними партнерами. [48]

Важливим кроком до залучення України до міжнародного туризму буде післявоєнний період. Очікується, що після завершення війни в Україні найбільш популярними для відвідування будуть історичні місця, також пам'ятки, що пов'язані з боротьбою України тощо. Наприклад, острів Хортиця, Холодний та Гайдамацький Яр, Поля Берестецької битви. На думку науковців, після завершення

війни та встановлення безпеки на сході України важливо зосередити зусилля на відновленні та розвитку туризму в Донецькій і Луганській областях. [48]

Також вважають, що туризм є однією з найбільш привабливих індустрій для залучення іноземних інвестицій. Наразі вже можна побачити одну з ініціатив, запропоновану національним агентством розвитку туризму для відновлення галузі. Зокрема, акцент зроблено на переосмисленні концепції внутрішнього туризму з позиції «Чому варто відвідати Україну?». [48]

Окрему увагу варто приділити розвитку гірськолижних курортів в Україні, оскільки вони не поступаються за якістю європейським курортам, наприклад, Австрії, проте наші курорти є дешевшими у свою чергу. Для поціновувачів міської культури Київ варто представити як місто, яке вражає муралами відомих художників з усього світу. Львів може стати чудовим стартом для знайомства з Україною. Карпати та Закарпаття приваблюють любителів екотуризму, ремісничих традицій та екскурсій мальовничими виноградниками. Шанувальникам дикої природи Україна пропонує чимало унікальних локацій, зокрема Полісся, національний парк «Прип'ять-Стохід», мальовниче озеро Світязь на Волині та легендарне озеро Синевир на Закарпатті. Для туристів із Європи та Америки набирає популярності «urban exploration» — туризм, орієнтований на вивчення промислових і спеціалізованих об'єктів, занедбаних будівель та арт-просторів. До таких місць належить не лише Чорнобиль, але й численні унікальні локації в найбільших містах України. [48]

Україна має великий потенціал для інтеграції в міжнародний туристичний ринок, хоча розвиток цієї сфери ускладнюється пандемією, війною та проблемами з інфраструктурою. Незважаючи на ці виклики, країна може стати конкурентоспроможною туристичною дестинацією завдяки реалізації стратегічних ініціатив. Одним з головних завдань є створення потужного туристичного бренду, який відображатиме унікальність України як країни з багатою культурно-

історичною спадщиною. Такий підхід сприятиме зростанню популярності країни серед іноземних туристів.

Водночас важливо поліпшити інфраструктуру, щоб забезпечити комфортні умови для відвідувачів. Це передбачає модернізацію транспортної мережі, розвиток готельного сектору та створення сучасних розважальних об'єктів. Для залучення міжнародної уваги слід активно використовувати сучасні технології, зокрема соціальні мережі, мобільні додатки та віртуальну реальність, які допоможуть ефективно популяризувати туристичні маршрути та об'єкти.

Екологічний туризм може стати перспективним напрямком. Збереження природних заповідників, розвиток еко-готелів та пропозиція екологічно свідомих туристичних пакетів відповідають глобальним трендам і здатні привабити нову аудиторію. Крім того, міжнародне співробітництво, зокрема партнерства з іноземними туроператорами та участь у туристичних виставках, допоможуть зміцнити зв'язки України з іншими країнами та залучити нових туристів.

У післявоєнний період особливу увагу слід приділити відновленню зруйнованих туристичних об'єктів і створенню нових маршрутів, які демонструватимуть унікальність регіонів. Такі дії сприятимуть не лише розвитку туризму, а й формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені. Успішна реалізація цих заходів вимагатиме координації зусиль уряду, бізнесу та міжнародних партнерів, а також забезпечення стабільної безпекової ситуації в країні. Таким чином, Україна має всі шанси стати привабливою дестинацією на світовому туристичному ринку. [49]

Як це видно з рис. 3.4 до стимуляторів розвитку туризму в Україні належать кілька ключових факторів. По-перше, досить велика впізнаваність країни на міжнародній арені, особливо після початку воєнного вторгнення, сприяє зростанню інтересу до України як туристичного напрямку. Це також відкриває можливості для розвитку історично-військового туризму, зокрема екскурсій до місць бойових дій та меморіальних об'єктів, а також етнотуризму, який знайомить з багатою

культурною спадщиною країни. По-друге, Україна має сприятливі кліматичні умови для різних видів туризму, включаючи активний, екологічний, пляжний та зимовий відпочинок. Важливим фактором є також вигідне географічне розташування, яке дозволяє зручно поєднувати подорожі Україною з відвідуванням сусідніх країн. Додатковими перевагами є високий потенціал туристично-рекреаційної сфери та розвинений агропромисловий сектор, що може стати основою для розвитку агротуризму.

З іншого боку, дестимулятори суттєво уповільнюють розвиток туризму в Україні. Основною перешкодою є небезпека, пов'язана з наслідками воєнних дій, що значно впливає на безпеку подорожей і відлякує потенційних туристів. Також серйозною проблемою є руйнування туристичної інфраструктури, включаючи дороги, готелі та об'єкти культурної спадщини. Закриття повітряного простору для цивільної авіації та порушення логістики ускладнюють доступність туристичних напрямків. Крім того, руйнування пам'яток культури та неможливість швидкого відновлення пляжного і пішохідного туризму значно обмежують різноманітність туристичних продуктів. Економічні фактори, такі як нестача фінансування туристичної сфери, брак кваліфікованих кадрів та зниження платоспроможності населення, також створюють серйозні виклики для галузі.

Загалом, розвиток туризму в Україні залежить від вирішення існуючих проблем і ефективного використання наявних переваг. [48]

Хочу зазначити, що наразі актуальними є ініціативи, запропоновані Державним агентством розвитку туризму України спільно із Комітетом транспорту та туризму Європейського парламенту, щодо створення платформи INPUT - Індустрія миру для українського туризму. Ця платформа має стати простором для діалогу та реалізації спільних проєктів між учасниками туристичної галузі України та Європейського Союзу, спрямованих на відновлення індустрії туризму після закінчення війни.

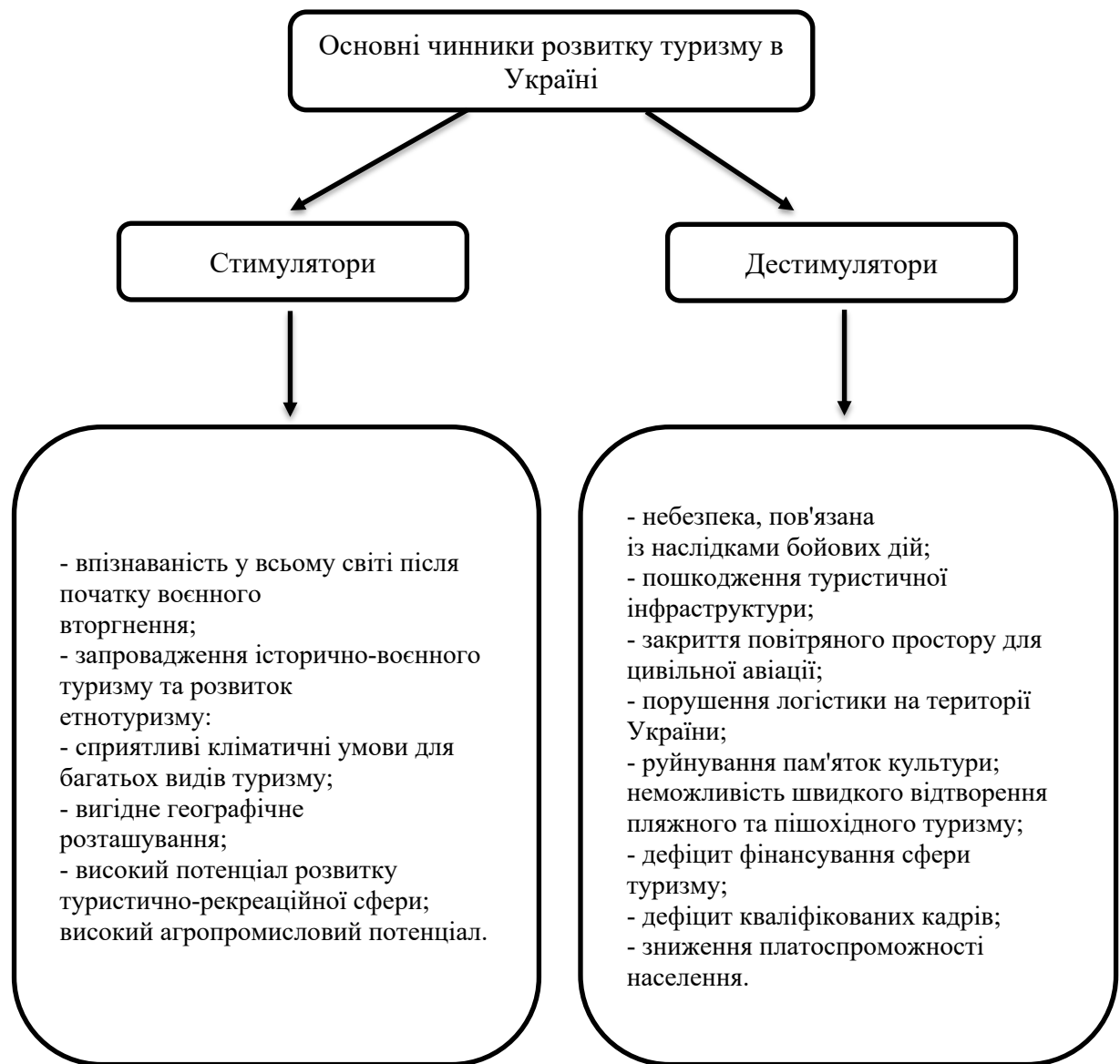


Рис. 3.4 – Чинники розвитку туристичної галузі в післявоєнний період [48]

Враховуючи значний туристичний потенціал України, можна виділити основні напрямки для відновлення національного туристичного сектору:

1. Розробка програми «постконфліктного туризму» в Україні. Її мета полягає в залученні українських та міжнародних партнерів для розвитку міжнародного туризму в Україні. У світовій практиці це питання активно досліджується, особливо щодо впливу конфліктів на туристичну галузь, формування нових видів туризму (темний, конфліктний, політичний, військовий) та відновлення

туристичного ринку. Особливу увагу приділяють створенню позитивного іміджу постконфліктних територій.

2. Популяризація України у світовому просторі. Інформаційна кампанія «Be brave like Ukraine» (#BRAVEUKRAINE) стала символом сміливості нашої країни і заклала основи для зміцнення національного бренду. Успішна реалізація цієї ініціативи може підвищити інтерес іноземних туристів до відвідування українських локацій.
3. Розвиток туристичної інфраструктури. Це передбачає врахування потреб туристів з різних країн і регіонів, таких як Близький Схід, Китай, Північна Америка, з урахуванням специфічних вимог до сервісу та послуг.
4. Розвиток різних видів туризму в Україні. Активний, історичний, оздоровчий, військовий та гастрономічний туризм можуть стати основою для залучення туристів.
5. Підготовка кадрів для туристичної галузі. Створення навчальних програм, адаптованих до сучасних умов, з акцентом на мовну підготовку та вдосконалення сервісу, дозволить забезпечити високий рівень обслуговування для іноземних туристів. [50]

Таким чином можемо зробити висновок, що Україна має значний потенціал для розвитку туризму в Україні, зокрема в післявоєнний період. Проте для досягнення цієї мети, нам потрібно провести низку підготовчих заходів, також як підготовка кваліфікованих кадрів, розробка нових стратегій розвитку туризму, розвиток та впровадження нових видів туризму та розвиток туристичної інфраструктури.

ВИСНОВКИ

Отже, міжнародний туризм – це система організованих подорожей за межі постійного місця проживання з різними цілями (відпочинок, бізнес, культурні та оздоровчі цілі тощо), яка регулюється міжнародними нормами та охоплює як в'їзний, так і виїзний туризм. Така діяльність сприяє розвитку соціально-економічних відносин між країнами, забезпечуючи культурний обмін і зростання економічної взаємодії.

Міжнародний туризм класифікують за національною приналежністю (внутрішній, в'їзний, виїзний), згідно з категоріями осіб, що подорожують (організований та неорганізований туризм), в залежності від кількості учасників (індивідуальний та груповий туризм). Наступна класифікація визначається за цілями подорожей: діловий туризм, оздоровчий, хобі-туризм, пригодницький, спортивний, релігійний, розважальний, пізнавальний туризм та навчальні тури. Також окремо виділяють комерційний і соціальний туризм, масовий і елітарний туризм.

Існує основні 4 етап розвитку туризму: перший (з найдавніших часів і до 1841 р.), який характеризується переважно мігрантським характером подорожей та прагненням людства пізнати світ. Другий (з 1841 до 1914 р.р.) характеризується появою перших туристичних компаній. Наступний (третій етап – з 1914 до 1945 р.р.) характеризується тим, що туризм отримав статус галузі економіки. Останній етап розвитку датується від 1945 року і до сьогодення і характеризується масовим туризмом і глобалізацією.

За даними 2023 року, обсяги міжнародного туризму досягли 88% від рівня до пандемії, що становить приблизно 1,29 млрд прибуттів, а доходи склали 1,4 трлн дол США. Прогнози на 2024 рік свідчать, що туризм може перевищити докризові рівні на 2%. Після спаду в 2020 році міжнародний туризм демонструє стійке

відновлення, з показниками понад 1,3 млрд прибуттів у 2023 році. Найбільш відвідуваними країнами є Франція, Іспанія, США, Італія та Туреччина. США отримали найбільший обсяг доходів – 175,9 млрд дол, що перевищує результати інших країн. Іспанія та Об'єднане Королівство також демонструють високі показники доходів від туризму.

Економічні чинники відіграють ключову роль у розвитку міжнародного туризму, оскільки вони визначають доступність подорожей та привабливість різних DESTINAЦІЙ. Стабільна економічна ситуація сприяє збільшенню туристичних потоків, тоді як нестабільність може зменшувати інтерес до подорожей у певні країни. Туризм, як одна з найприбутковіших галузей світової економіки, робить вагомий внесок у національні економіки, стимулюючи розвиток інфраструктури та підвищуючи рівень життя населення. Інвестиції в туристичну інфраструктуру є важливими для забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку.

Пандемія COVID-19 призвела до безпрецедентного зниження міжнародних туристичних потоків, що негативно вплинуло на економіку багатьох країн. У 2020 році кількість міжнародних туристів зменшилася на 73%, а внесок туризму у світовий ВВП скоротився на 1,8 трлн дол США. Найбільше постраждали регіони, які сильно залежать від туризму, такі як Європа та Азійсько-Тихоокеанський регіон. У 2021 році відбулося часткове відновлення туристичних потоків, хоча рівні залишалися значно нижчими за показники 2019 року.

Міжнародний туризм відіграє важливу роль у світовій економіці, складаючи близько 10% глобального ВВП. Проте галузь зіткнулася з багатьма викликами, зокрема через пандемію COVID-19, екологічні проблеми та глобалізацію. Після пандемії спостерігається зростання популярності внутрішнього туризму та нових форматів подорожей, таких як staycation і workation. Інновації, зокрема цифрові платформи та сталий туризм, стали основними напрямками відновлення. Прогнози на найближчі роки свідчать про зростання туризму в країнах, таких як Китай, США та Індія.

Висновки щодо перспектив міжнародного ринку туризму свідчать, що для подолання глобальних викликів індустрії необхідно впроваджувати стійкі та інноваційні стратегії. Зокрема, важливими напрямками є розвиток сталого туризму, адаптація до змін клімату, впровадження новітніх технологій і забезпечення безпеки для туристів. Врахування екологічних вимог та змін у споживчих перевагах допоможе зберегти баланс між розвитком галузі та її соціальним і екологічним впливом.

Залучення України до міжнародного туристичного ринку вимагає комплексного підходу до розвитку галузі, що включає модернізацію інфраструктури, впровадження нових видів туризму та формування позитивного іміджу країни. З огляду на унікальні природні та культурні ресурси, Україна має потенціал стати популярною туристичною дестинацією, особливо після завершення війни. Основними завданнями є забезпечення безпеки, відновлення інфраструктури та підготовка кваліфікованих кадрів для обслуговування туристів. Важливим кроком стане активна співпраця з міжнародними партнерами для залучення інвестицій і просування українських туристичних локацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України про туризм: станом на 2024 р. / Верховна Рада України. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>. (Дата звернення: 25.09.2024)
2. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / уклад: О. О. Бейдик. – Київ: Вид-во "Палитра", 1998. – 130 с. (Дата звернення: 25.09.2024)
3. Богданова Ж.А. Поняття та види туристичної діяльності в Україні. *Вісник ЖДТУ. Сер.: Економічні науки*. 2009. № 4 (50). С. 194–197. (Дата звернення: 26.09.2024)
4. Економічний тлумачний словник / уклад: Гордієнко К. Д. Понятійна база законодавства України у сфері економіки. – 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Вид-во КНТ, 2007. 360 с. (Дата звернення: 28.09.2024)
5. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навч. посібник. К. : Центр навч. літ-ри, 2004. 272 с. (Дата звернення: 28.09.2024)
6. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Київ: Вид-во "Грамота", 2006. 264 с. (Дата звернення: 01.10.2024)
7. Данильчук В. Ф. Світовий ринок послуг турбізнесу. Донецьк: ДІТБ, 2010. 146 с. (Дата звернення: 03.10.2024)
8. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризмі: навч. посібник / Київ: Економпрес, 1998. – 400 с. (Дата звернення: 06.10.2024)
9. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Київ, 2013. – 334 с. (Дата звернення: 06.10.2024)
10. Папирян Г. А. Економіка туризму / Фінанси і статистика, 2000. (Дата звернення: 06.10.2024)

11. Міжнародний туризм: підручник / А. Ю. Александрова. Аспект Прес, 2004. – 470 с. (Дата звернення: 10.10.2024)
12. Квартальнов В. А. Міжнародний туризм: політика розвитку: навч. посібник. – Москва, 1998. (Дата звернення: 10.10.2024)
13. Енциклопедія туриста / під ред. Є. І. Тамм. – БРЕ, 1993. – 607 с. (Дата звернення: 07.10.2024)
14. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / Київ: Знання, 2008. – 661 с. (Дата звернення: 07.10.2024)
15. International Tourism in D-8 Member States: Status and Prospects. Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC). – 2018. – URL: <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/654.pdf> (Accessed: 10.10.2024)
16. International Recommendations for Tourism Statistics. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. – URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=26 (Accessed: 10.10.2024)
17. Заячківська Г. Міжнародний туризм як економічна категорія: теоретичні аспекти // Українська наука: молода, сучасна, перспективна. – 2010. – № 14–15. – С. 80–85. (Дата звернення: 15.10.2024)
18. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. — Київ: Знання, 2020. — 432 с. (Дата звернення: 15.10.2024)
19. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська. – Київ, 2008. (Дата звернення: 15.10.2024)
20. Міжнародний туризм: підруч. для студ. за напрямом підготовки "Туризм" та "Міжнародні відносини" / А. Г. Гудманян, С. А. Мишко, Н. Ф. Габчак та ін.; рец. Г. П. Завальська, І. І. Ровенчак. – Ужгород: Гражда, 2013. – 223 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/16423929.pdf>. (Дата звернення: 15.10.2024)

21. Види міжнародного туризму. Букліб. — URL: <https://buklib.net/books/33432/> (Дата звернення: 15.10.2024)
22. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму. Все про туризм. Туристична бібліотека. — URL: https://tourlib.net/books_history/ustymenko1-3.htm (Дата звернення: 15.10.2024)
23. Історичні етапи розвитку туризму. Studfile. — URL: <https://studfile.net/preview/7749398/page:10/> (Дата звернення: 15.10.2024)
24. Global Tourism Statistics & Trends – 2023 and 2024. Road Genius. — 2024. — URL: <https://roadgenius.com/statistics/tourism/> (Accessed: 27.10.2024)
25. Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. McKinsey. — 2024. — URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024> (Accessed: 27.10.2024)
26. International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels. UN Tourism. — 2023. — URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels> (Accessed: 27.10.2024)
27. Global Tourism Statistics 2024: Trends and Forecasts. WP Travel. — 2024. — URL: <https://wptravel.io/global-tourism-industry-statistics/> (Accessed: 27.10.2024)
28. Економічні та управлінські бізнес-чинники міжнародного туризму. Все про туризм. Туристична бібліотека. — 2022. — URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gridina.htm (Дата звернення: 12.11.2024)
29. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку країн і регіонів. Все про туризм. Туристична бібліотека. — 2019. — URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kushnir3.htm (Дата звернення: 12.11.2024)
30. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. Ефективна економіка. — 2011. — URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499> (Дата звернення: 12.11.2024)

31. Tourism as a driver. UN Tourism. — 2023. — URL: <https://www.unwto.org> (Accessed: 17.11.2024)
32. COVID-19 and Tourism. UN Tourism. — 2023. — URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (Accessed: 17.11.2024)
33. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. UN Tourism. — 2024. — URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (Accessed: 17.11.2024)
34. Кулиняк І. Я. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. І. Я. Кулиняк, І. І. Жигало, К. М. Ярмола // Бізнес інформ. — 2021. — URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-1_0-pages-177_184.pdf (Дата звернення: 17.11.2024)
35. Носирєв О.О., Чернікова Є.А. Матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції, проблеми та перспективи управління розвитком туризму» (м. Дніпро, 23-24 березня 2023 р.), Дніпро: ДВНЗ «ПДТУ», 2023. — 250 с. — С. 141-145. (Дата звернення: 19.11.2024)
36. International Journal of Economics and Financial Issues | Vol 6 • Special Issue (S8) • 2016 // International Journal of Economics and Financial Issues. — URL: www.econjournals.com (Accessed: 19.11.2024)
37. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в постковідному світі. Економіка. — 2022. — URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-7_0-pages-155_161.pdf (Дата звернення: 19.11.2024)
38. Kozlovskiy Y. Problems and Perspective of International Tourism Development during the COVID-19 Pandemic. Y. Kozlovskiy, I. Yatsiuk // Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts Series in Tourism. — 5(1):27-36. — 2022. — URL: https://www.researchgate.net/publication/362566943_Problems_and_Perspective

[of International Tourism Development during the COVID-19 Pandemic](#)

(Accessed: 20.11.2024)

- 39.Тенденції та перспективи розвитку туризму: Україна та світ. Економіка. – 2024. – URL: http://bses.in.ua/journals/2024/86_2024/4.pdf (Дата звернення: 27.11.2024)
- 40.International Journal of Economics and Financial Issues. Special Issue for “Fundamental and Applied Research in Economics and Management: New Perspectives”. – 2022. – URL: www.econjournals.com (Accessed: 27.11.2024)
- 41.Tourism is Back to Pre-Pandemic Levels, but Challenges Remain. 2024. – URL: <https://www.weforum.org/press/2024/05/tourism-is-back-to-pre-pandemic-levels-but-challenges-remain/> (Accessed: 27.11.2024)
- 42.Tourism: what challenges and opportunities will lead to success? – 2023. – URL: <https://www.linkedin.com/pulse/tourism-what-challenges-opportunities-lead-success-s%C3%A1bio-b4pxf/> (Accessed: 11.12.2024)
- 43.Addressing Challenges in Tourism Marketing. Hearst Bay Area. – 2024. – URL: <https://marketing.sfgate.com/blog/tourism-marketing-challenges> (Accessed: 11.12.2024)
- 44.What Are the Travel Industry’s Biggest Challenges Going Into 2025? Skift. – 2024. – URL: <https://skift.com/2024/12/20/what-are-the-travel-industrys-biggest-challenges-going-into-2025/> (Accessed: 12.12.2024)
- 45.The shock of “overtourism” will subside in 2025. The World Ahead. – 2025. – URL: <https://www.economist.com/the-world-ahead/2024/11/20/the-shock-of-overtourism-will-subside-in-2025> (Accessed: 11.12.2024)
- 46.Гонта О. Міжнародний туризм в Україні: реальність і перспективи розвитку в умовах воєнного стану. О. Гонта, М. Пігуляк // Чернігівська політехніка. – 2023. – URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/293129/286059> (Дата звернення: 11.12.2024)

47. Nosyriev O., Dedilova T. & Tokar I. Tourism and hospitality industry development in the Ukrainian economics strategy of post-conflict reconstruction. O. Nosyriev, T. Dedilova, I. Tokar // Socio-Economic Problems and the State (electronic journal). – 2022. – Vol. 26, no. 1. – Pp. 55-68. – URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (Accessed: 11.12.2024)
48. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В СТРАТЕГІЇ ПОСТКОНФЛІКТНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ. – 2023. – URL: http://market-infr.od.ua/journals/2023/72_2023/35.pdf (Дата звернення: 25.12.2024)
49. Конкуренентоспроможність України на світовому ринку. – 2023. URL: file:///Users/tatianalugin/Downloads/KONKURENTOSPROMOZNIST_UKRAINI_NA_SVITOVOMU_RINKU_T.pdf (Дата звернення: 26.12.2024)
50. Журба І. Є., Несторишен І. В. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. Ігор Євгенович Журба, Ігор Васильович Несторишен. – 2023. – URL: <https://dsim.khmnu.edu.ua/index.php/dsim/article/view/5/5> (Дата звернення: 05.01.2025)
51. Who's Most Vulnerable to COVID-19's Impact on Tourism? Statista. – 2020. – URL: <https://www.statista.com/chart/21391/total-contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-of-selected-countries/> (Accessed: 05.01.2025)
52. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. European Bank. – URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-ebrd-covidreport.pdf> (Дата звернення: 05.01.2025)
53. 2020: A year in review. UN Tourism. – 2021. – URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (Accessed: 05.01.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 – Теорії до визначення міжнародного туризму та його роль

Автор/джерело	Визначення	Ключові ознаки	Роль туризму
В.Квартальнов	Система подорожей, які здійснюються на базі міждержавних договорів із урахуванням міжнародних норм та місцевих звичаїв	Регулювання міждержавними договорами, відповідність міжнародним нормам та культурні аспекти	Сприяє культурному обміну, зміцненню міжнародних відносин і гармонізації правових норм між країнами
Е.Тамм	Поїздки в зарубіжні країни з туристичною метою терміном не меншим 24 години і, зазвичай, не більшим за 6 місяців	Часовий обмежувач (24 години – 6 місяців) та чітко визначена мета подорожі (туризм)	Сприяють розвитку короткострокової економічної активності та забезпечують приплив валюти в країну
Ю.Правик	Систематизована та цілеспрямована діяльність підприємства сфери туризму, пов'язана з наданням туристичних послуг і туристичного продукту іноземним туристам на території своєї країни (в'їзний туризм) та наданням туристичних послуг і туристичного продукту за кордоном (виїзний туризм)	Акцент на діяльності підприємств у сфері туризму охоплює як в'їзний, так і виїзний туризм	Розширює ринок послуг і стимулює економіку через розвиток інфраструктури та створення нових робочих місць
Всесвітня туристична організація ООН	Діяльність осіб, які подорожують до місць, що знаходяться за межами їхнього постійного місця проживання, та здійснюють там перебування постійного місця проживання на період, що не перевищує 12 місяців, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями	Термін подорожі може становити до 12 місяців і охоплює різноманітні цілі, такі як відпочинок, бізнес, навчання тощо	Стимулює розвиток міжнародних ринків праці та послуг, а також сприяє інтеграції культур і економік
UN Stats (англомовне джерело)	В'їзний та виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів-резидентів за межами відповідної країни в рамках внутрішніх або виїзних туристичних поїздок, а також діяльність	Інтеграція в'їзного та виїзного туризму з акцентом на міждержавні подорожі підтримує глобалізацію	Забезпечує взаємну вигоду для країн-учасників

	відвідувачів-нерезидентів у межах відповідної країни в рамках в'їзних туристичних поїздок		
Г.Заячківська	Система і форма проведення вільного часу шляхом використання сфери послуг у подорожах, які поєднують активний відпочинок і зміцнення здоров'я особи з підвищенням його загальної культури	Різноманітність підходів (рекреація, міграція, соціально-економічний аспект) та поєднання активного відпочинку з культурним збагаченням	Покращує якість життя людей і сприяє соціально-економічному розвитку регіонів
М.П.Мальська	Суспільний феномен, що включає перетин кордонів з метою задоволення різних видів туристичних потреб. Туризм є важливим елементом глобалізації і розвивається завдяки соціально-економічним, політичним і культурним змінам у світі	Поняття як глобальний феномен, що орієнтується на задоволення різних потреб (відпочинок, бізнес тощо), акцентує увагу на змінах у світі	Є важливим драйвером глобалізації, сприяючи політичній, соціальній та культурній інтеграції
А.Гудманян, С.Мишко, Н.Габчак, К.Лізак	Сукупність туристичних подорожей за межі держави постійного проживання туристів, пов'язаних з перетином державних кордонів з метою відпочинку, бізнесу, культурного обміну тощо. Він охоплює як виїзний, так і в'їзний туризм та має важливе значення для розвитку міжнародних економічних зв'язків і культурної інтеграції	Орієнтованість на різні цілі (відпочинок, бізнес, культура) має велике значення для міжнародних зв'язків та інтеграції обох типів туризму	Сприяє розвитку міжнародних економічних зв'язків, забезпечує культурний обмін і підвищує якість туристичних послуг

Джерело: розроблено автором на основі [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14]

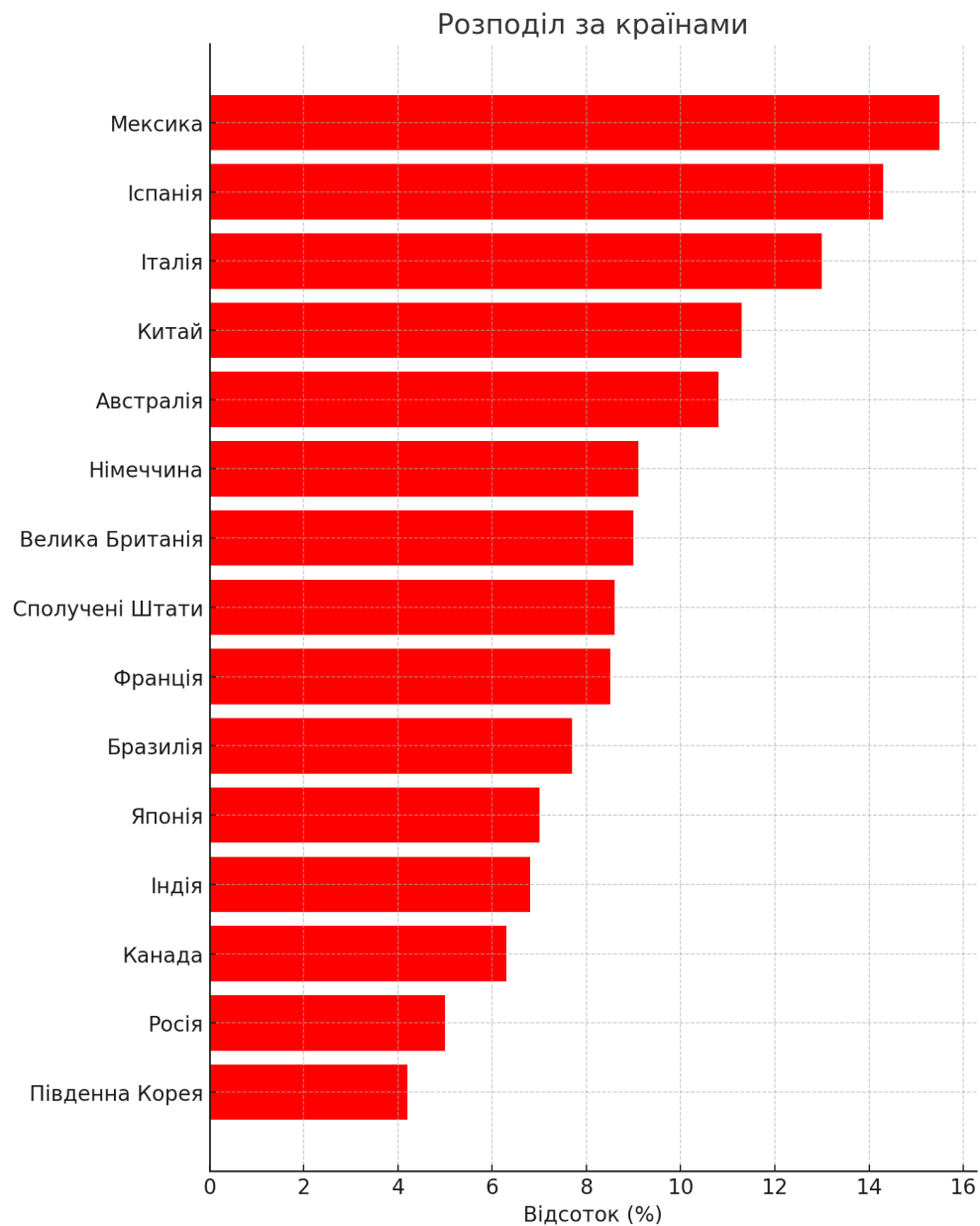
Візуальне зображення найбільш залежних країн від сфери туризму

Рис. Б.1 - Рейтинг найбільш залежних країн від сфери туризму [51]

Додаток Б.2

Візуальне відображення кількості бронювань туристів в окремих регіонах світу

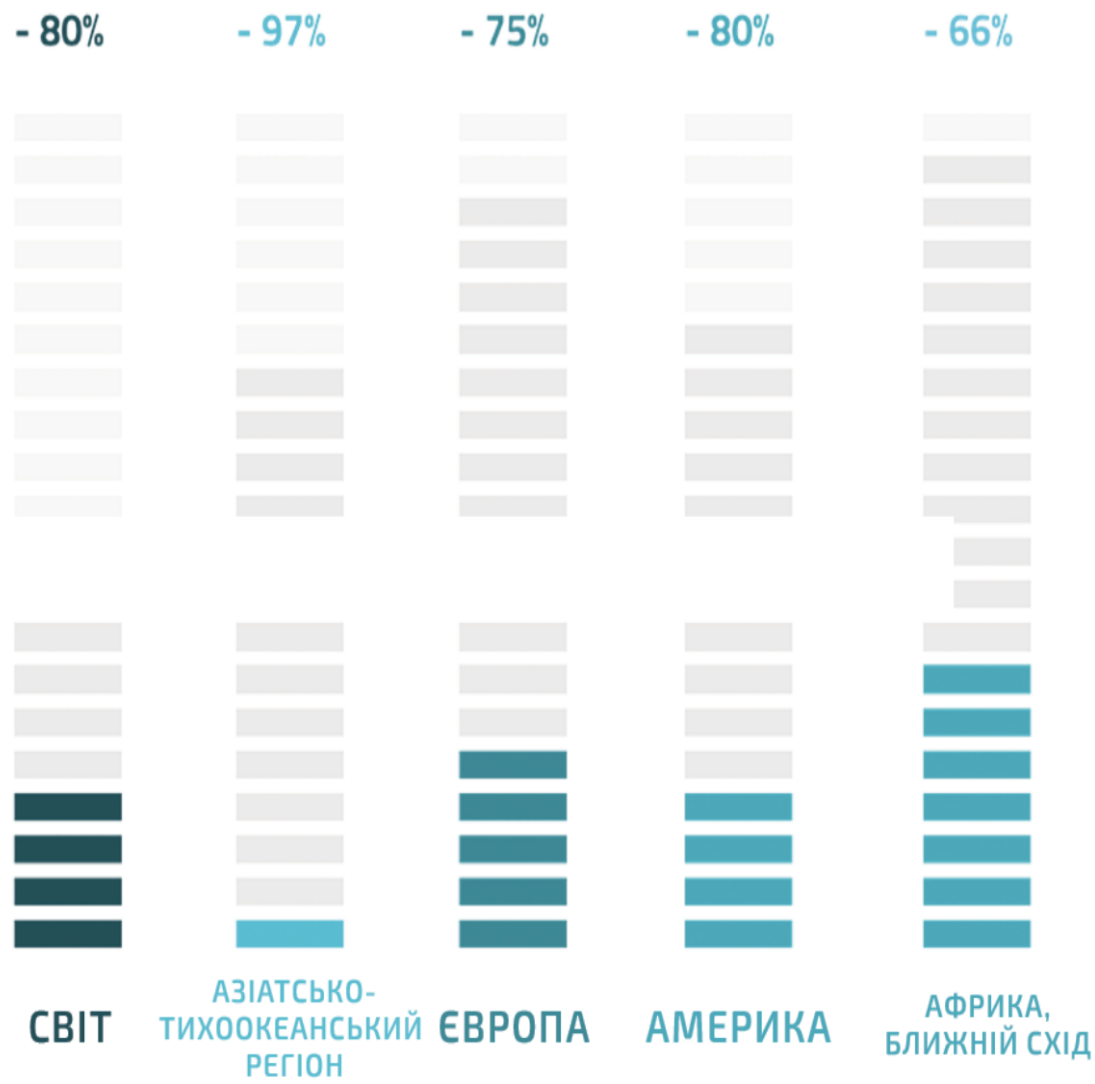


Рис. Б.2 - Кількість бронювань туристів в окремих регіонах світу [52]

Візуальне зображення обсягів міжнародних туристичних потоків у 2019 та 2020 р.р. в окремих регіонах світу

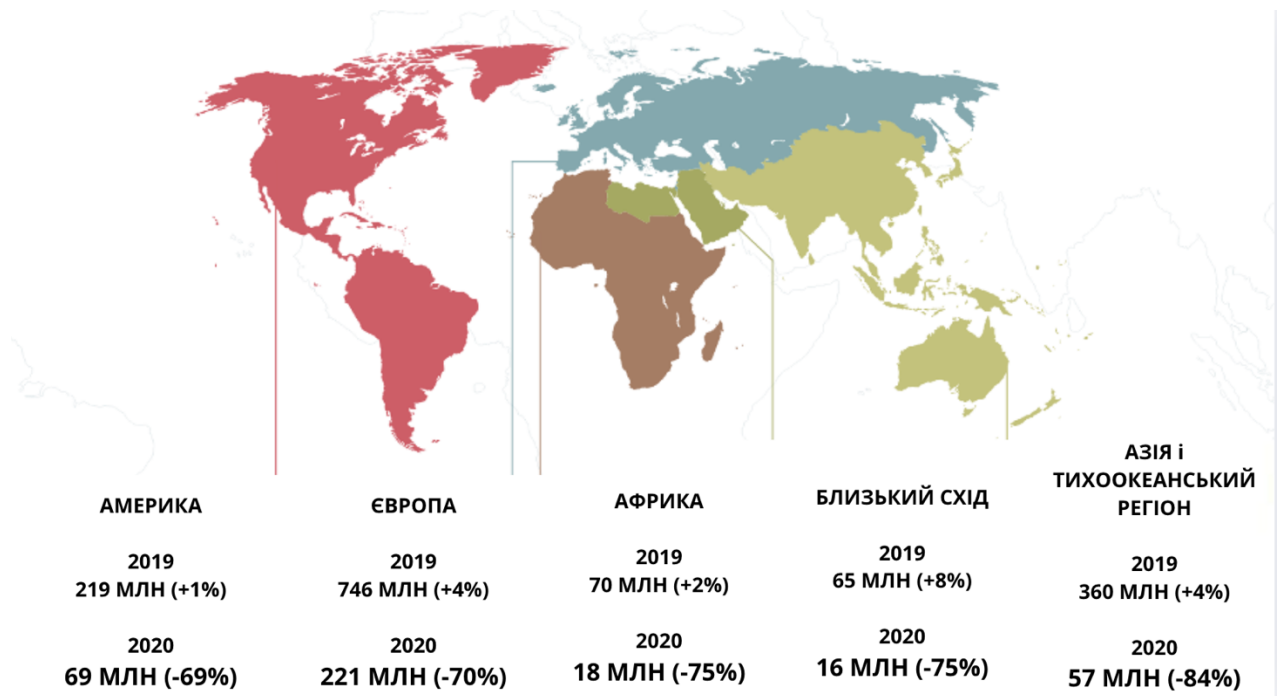


Рис. Б.3 - Обсяги міжнародних туристичних потоків у 2019 та 2020 р.р. в окремих регіонах світу [53]

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної магістерської роботи антиплагіатною інтернет-системою Strikeplagiarism:



Дата звіту 1/27/2025
Дата редагування ---

Документ прийнятий

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU

Заголовок

Перспективи розвитку міжнародного туризму

Автор

Науковий керівник / Експерт

Лугін Т.Ю.Ткаленко С.І.

підрозділ

кафедра європейської економіки і бізнесу

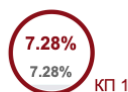
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		0
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)	a	47

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



14545

Кількість слів



112334

Кількість символів

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

**ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВЕКТОР
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ
УКРАЇНИ**

УДК 339.922(477:4-672ЄС)
Є 24

Організаційний комітет:

Бурмака Микола Олексійович – к.е.н., доцент
Вінська Оксана Йосипівна – к.е.н., доцент
Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор
Козачок Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент
Максименко Анна Вікторівна – к.е.н., доцент
Мозговий Олег Миколайович – д.е.н., професор
Олійник Вікторія Володимирівна – к.е.н., доцент
Прісняк Сергій Олександрович – старший викладач
Сандул Марія Станіславівна – к.е.н., доцент
Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент
Столярчук Ярослава Михайлівна – д.е.н., професор
Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент
Циганкова Тетяна Михайлівна – д.е.н., професор
Черницька Тетяна Володимирівна – к.е.н., доцент

(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

Євроінтеграційний вектор економічного зростання України: зб. матеріалів
Є 24 студентської наук.-практ. Інтернет-конф.[Електронний ресурс], 21 листопада 2024 р.,
м. Київ. – Київ: КНЕУ, 2024. – 198 с.
ISBN 978-966-926-509-8

У збірнику подано тези доповідей студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету міжнародної економіки і менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

УДК 339.922(477:4-672ЄС)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ЗМІСТ

Лугін Т.Ю.	8
Міжнародний туризм: сучасний стан, особливості та перспективи розвитку	
Розсохіна В.Л.	10
Роль міжнародного трансферу технологій у розвитку національної інноваційної системи	
Tsaturian A.A.	12
Ethical Challenges In Mckinsey & Company's Consulting Practices	
Ануфрієв М.М.	14
Роль та місце індустрії криптовалют на світовому фінансовому ринку	
Гуль Д.В.	17
Фундаментальний та технічний аналіз ринку криптовалют	
Коновалов А.О.	19
Особливості інституту банкрутства ТНК	
Розумій Л.О.	21
Роль інвестиційної привабливості підприємства у забезпеченні економічного зростання України на шляху до євроінтеграції	
Степаненко М.Т.	22
Розвиток соціально-медійних платформ у міжнародному бізнесі	
Степаненко Д.Т.	24
Ключові мегатренди трансформації світового консалтингового ринку	
Стеценко Б.С.	26
Роль міжнародних фінансових організацій у підтримці економічного зростання України	
Тарасенко А. А.	28
Стратегічні пріоритети конкурентного розвитку ринку нерухомості України	
Зоря Г. І.	30
Діджиталізація української економіки в умовах інтеграції в ЄС	
Погрібна В.С.	32
Стейблкоїн – інноваційна стабільність у криптовалюті	
Шличкова О.С.	40
PEST аналіз фіатних валют	
Захаров А.О.	43
Особливості розвитку зовнішньоторговельних відносин США та ЄС у контексті сучасної України	
Плахотник О.В.	47
Необхідність та напрями регіональної диверсифікації українського експорту зернових	
Корнійчук А.С.	49
Національна модель цифровізації Китайської Народної Республіки	

Лугін Т.Ю.

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: СУЧАСНИЙ СТАН, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Міжнародний туризм визначається як діяльність осіб, які подорожують до місць, що знаходяться за межами їхнього постійного місця проживання, та здійснюють там перебування постійного місця проживання на період, що не перевищує 12 місяців, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями [1].

Виділяють біля 10 основних форм міжнародного туризму. Зокрема можна виділити: діловий туризм, оздоровчий, хобі-туризм, пригодницький, спортивний туризм, навчальні тури, релігійний туризм, розважальні та пізнавальні тури [2]. Класифікація міжнародного туризму також проводиться за різними критеріями, такими як мета подорожі, напрямки руху та інтенсивність туристичних потоків.

Історія міжнародного туризму складається з чотирьох основних етапів, які відображають розвиток цієї сфери. Перший етап, що тривав до 1841 року, був пов'язаний з мігрантськими подорожами та відкриттям нових територій. На другому етапі (1841-1914) з'явилися перші туристичні компанії та інфраструктура, що поклало початок організованому туризму для заможних людей. Третій етап (1914-1945) відзначався становленням туристичної індустрії, запровадженням відпусток та новими маршрутами. Четвертий етап, який триває й досі, характеризується масовим туризмом, глобалізацією та технологічними інноваціями, що зробили подорожі доступнішими для багатьох [3].

Згідно зі статистикою, у 2023 році кількість міжнародних туристів у світі досягла 1286 мільйонів, це на 34% більше, ніж у 2022 році, тобто на 325 мільйонів більше. Минулого року міжнародний туризм відновився на 88% від рівня, що спостерігався до пандемії, завдяки значному накопиченому попиту. Загальні доходи від туризму, включаючи пасажирські перевезення, склали 1,6 трильйона доларів у 2023 році, що становить близько 95% від показника 1,7 трильйона доларів, зафіксованого у 2019 році. Попередні дані щодо прямого валового внутрішнього продукту у сфері туризму свідчать про 3,3 трильйона доларів у 2023 році, або близько 3% світового ВВП, що відповідає рівню 2019 року завдяки активним внутрішнім та міжнародним подорожам [4].

Варто зазначити, що повномасштабне вторгнення Росії в Україну також спричинило певні зміни в галузі. Війна суттєво вплинула на туристичний сектор України, зменшивши як в'їзні, так і виїзні туристичні потоки. Одним із основних негативних факторів є безпекові ризики, які обмежують туристичну діяльність у регіонах, де тривають бойові дії або присутні окупаційні війська. Проте після завершення війни відновлення галузі можливе, спираючись на досвід інших країн, які успішно розвивали туризм після конфліктів. Україна може зосередитися на "туризмі пам'яті" для вшанування постраждалих, "воєнному туризмі" для демонстрації масштабів руйнувань та "патріотичному туризмі" для зміцнення національної свідомості [5].

Серед основних тенденцій сучасного світового туристичного бізнесу можна виділити: відновлення туристичних потоків після скасування карантинних обмежень та пандемії COVID-19; зростання уваги до безпеки та здоров'я; впровадження та розвиток цифрових технологій у туризмі; реалізацію концепцій сталого розвитку та екологізації туристичної галузі; поява та розширення нових туристичних продуктів; вплив політичних криз, політичної нестабільності та військових конфліктів [6].

За прогнозами науковців очікується, що частка туризму у світовій економіці складе 5,8%, що вдвічі перевищує середньорічний темп зростання в 2,7%. Прогнозується також, що за цей період сектор створить 126 мільйонів нових робочих місць. Незважаючи на загалом позитивні прогнози розвитку сфери подорожей і туризму до 2032 року, існують певні ризики для повного відновлення галузі. Наприклад, негативний вплив військового конфлікту в Україні призводить до руйнування туристичних об'єктів, загрози безпеці, перебоїв у ланцюгах постачання, зростання цін на енергоносії та обмежень повітряного простору [7].

Список літератури:

1. International tourism. Organization of Islamic cooperation the statistical, economic and social research and training center for Islamic countries (SESRIC). URL: <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/654.pdf>.
2. Види міжнародного туризму. Букліб. URL: <https://buklib.net/books/33432/>.
3. Устименко Л. М., Афанасьєв І.Ю. Історичні етапи розвитку туризму. Все про туризм. Туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/books_history/ustymenko1-3.htm.
4. UN Tourism conducted a global survey among its UN Tourism Panel of Tourism Experts on the impact of COVID-19 on tourism and the expected time of recovery. December 2023. Published: 19/01/2023. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
5. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6403/132/55-1?inline=1>.
6. Рига І.І., Рошко С.М. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 4(87). С. 396–400. URL: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.51>
7. Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight Report May 2022. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>

Розсохіна В.Л.

Наукове видання

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВЕКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

Видано в авторській редакції

Верстка М. Криворученко

Підп. до друку 25.12.2024. Формат 60×84/8.

Друк. арк. 8,25. Зам. 24-5877

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

03680, м. Київ, проспект Берестейський, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

E-mail: litera@kneu.edu.ua