

**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: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Міжнародний туризм в економіці розвинених країн»
здобувача Собченко Анастасії Дмитрівни

Науковий керівник: д.е.н, професор Чужиков В. І.

(підпис)

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

Завідувач кафедри: д.е.н., професор Федірко О.А.

(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

Міжнародні економічні відносини

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

29 «Міжнародні відносини»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

292 «Міжнародні економічні відносини»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

_____ С.І. Ткаленко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

_____ 20__р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ О.А. Федірко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

_____ 20__р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Собченко Анастасії Дмитрівни

очної (денної) форми здобуття освіти

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Міжнародний туризм в економіці розвинених країн»

Тему затверджено наказом ректора Університету від " _____ " _____ 20__р .№ _____

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1

(до 01.03.2025)

Методологія дослідження міжнародного туризму

(назва розділу)

Розділ 2

(до 01.04.2025)

Аналіз розвитку міжнародного туризму в країнах-лідерах

(назва розділу)

Розділ 3

поствоєнний час

(до 01.05.2025)

Інструменти і механізми диверсифікації міжнародного туризму в Україні у

(назва розділу)

Об'єкт дослідження:	Розвиток міжнародного туризму в економіці держав-лідерів
Предмет дослідження:	Механізми, інструменти, модель диверсифікації міжнародного туризму в розвинутих державах і в Україні
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Дослідити характер, структуру та особливості розвитку міжнародного туризму в розвинених державах світу та в Україні

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

У розділі 1

- 1.1. Суть, значення та особливості диверсифікації міжнародного туризму
- 1.2. Еволюція розвитку міжнародного туризму
- 1.3. Методи дослідження ефективності розвитку міжнародного туризму

У розділі 2

- 2.1. Сучасний стан міжнародного туризму в глобальній економіці
- 2.2. Крайнові диференціації розвитку міжнародного туризму
- 2.3. Моделі регулювання міжнародного туризму

У розділі 3

- 3.1. Сучасний стан розвитку міжнародного туризму в Україні
- 3.2. Механізми і інструменти конвергенції міжнародного туризму в поствоєнний період

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

В. І. Чужиков

(ініціали, прізвище)

02» 01 2025р.

**Завдання одержав
здобувач**

(підпис)

А.Д. Собченко

(ініціали, прізвище)

«02» 01 2025р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 64 сторінок, 9 таблиць, 13 рисунків, перелік використаних джерел із 45 найменувань, 3 додатки.

«Міжнародний туризм в економіці розвинутих країн»

Об'єкт дослідження є розвиток міжнародного туризму в економіці держав-лідерів.

Предмет дослідження виступають механізми, інструменти та моделі диверсифікації міжнародного туризму в розвинутих державах і в Україні.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити характер, структуру та особливості розвитку міжнародного туризму в розвинених державах світу та в Україні, з акцентом на диверсифікацію туристичної галузі у посткризовий період. Для досягнення цієї мети були сформульовані такі *завдання дослідження*:

- виявити суть, значення та особливості диверсифікації міжнародного туризму;
- вивчити еволюцію розвитку міжнародного туризму;
- визначити методи дослідження ефективності;
- проаналізувати сучасний стан міжнародного туризму в глобальній економіці;
- оцінити країнові диференціації;
- дослідити моделі регулювання;
- діагностувати сучасний стан розвитку міжнародного туризму в Україні;
- обґрунтувати механізми і інструменти конвергенції у поствоєнний період.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані для формування стратегії розвитку міжнародного туризму в Україні, адаптації успішних підходів країн-лідерів, удосконалення туристичної політики в умовах глобальних викликів. Запропоновані аналітичні моделі та рекомендації мають прикладний характер і можуть стати основою для формування туристичних програм та ініціатив.

Ключові слова: міжнародний туризм, країни-лідери, економічний розвиток, диверсифікація, туристична політика, сталий розвиток, конкурентоспроможність.

В І Д Г У К

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
денної форми навчання спеціальності «292 Міжнародні економічні
відносини» освітньої програми «Міжнародні економічні відносини»

СОБЧЕНКО АНАСТАСІЇ ДМИТРІВНИ

на тему: «Міжнародний туризм в економіці розвинутих країн»

- 1. Актуальність теми:** зумовлена значним компенсаційним розвитком міжнародного туризму в процесі постковідної диверсифікації глобального економічного середовища.
- 2. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи:**
 - обґрунтована структура дослідження та здійснений глибокий аналіз факторів та особливостей туристичної галузі;
 - виявлені глобальні країнові диференціації та встановлені нові підходи до регулювання.
- 3. Наявність самостійних розробок автора:**
 - систематизація моделей розвитку міжнародного туризму;
 - обґрунтований генезис становлення туризму;
 - запропоновано новітні механізми і інструменти конвергенції міжнародного туризму в Україні у поствоєнний період.
- 4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:**
 - полягає в системному аналізі генезису розвитку міжнародного туризму, а також у виявленні особливостей диверсифікації його характеру та структури;
 - окремі пропозиції авторки можна використати при викладанні курсу «Міжнародна економіка» (підрозділи 1.1; 2.2; 3.1).
- 5. Наявність недоліків:** не помічено.
- 6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** відповідає вимогам, рекомендована до захисту. Оцінка 46 балів.

Науковий керівник:

проректор, д.е.н., професор

(підпис)

В.І Чужиков

“ 29 ” травня 2025 р.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Суть, значення та особливості диверсифікації міжнародного туризму	6
1.2. Еволюція розвитку міжнародного туризму	12
1.3.. Методи дослідження ефективності розвитку міжнародного туризму	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ-ЛІДЕРАХ	24
2.1. Сучасний стан міжнародного туризму в глобальній економіці	24
2.2. Країнові диференціації розвитку міжнародного туризму	33
2.3. Моделі регулювання міжнародного туризму	43
РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТИ І МЕХАНІЗМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОСТВОЄННИЙ ЧАС	50
3.1. Сучасний стан розвитку міжнародного туризму в Україні	50
3.2. Механізми і інструменти конвергенції міжнародного туризму в поствоєнний період	52
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах глобалізації міжнародний туризм виступає важливою складовою економіки розвинених країн, забезпечуючи значні надходження до державного бюджету, стимулюючи розвиток малого та середнього бізнесу, а також сприяючи створенню нових робочих місць. Туристична галузь не лише зміцнює валютну стабільність, але й стимулює інфраструктурні інвестиції, розвиток транспортної та готельної мережі, а також покращення суміжних секторів, зокрема торгівлі, зв'язку, харчування та культури.

Міжнародний туризм став однією з найбільш динамічних і стійких до криз галузей, що має значний мультиплікативний ефект на інші сфери економіки. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, у розвинених країнах туризм забезпечує мільйони робочих місць і сприяє регіональному розвитку, особливо в сільських та прибережних територіях. Це є основою сталого економічного зростання та важливим чинником соціальної інтеграції.

В умовах постпандемічного відновлення особливої актуальності набуває дослідження механізмів адаптації туристичного сектору до нових викликів. Це включає цифровізацію туристичних послуг, впровадження інновацій у сфері бронювання та обслуговування, а також підвищення стандартів безпеки та гігієни. Водночас особлива увага приділяється екологічним аспектам функціонування туристичних підприємств і формуванню стійкої моделі розвитку туризму, орієнтованої на збереження культурної спадщини та навколишнього середовища.

Крім економічного значення, міжнародний туризм виконує важливу соціокультурну функцію. Він сприяє міжкультурному діалогу, міжнародному партнерству та зміцненню позитивного іміджу країни на світовій арені. Це підвищує її конкурентоспроможність у глобальній економіці та сприяє формуванню привабливого інвестиційного клімату.

Отже, дослідження міжнародного туризму в економіці розвинутих країн є вкрай актуальним, адже дозволяє не лише зрозуміти закономірності його

розвитку, а й виявити ефективні моделі регулювання, що можуть бути адаптовані в Україні в умовах поствоєнної реконструкції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти міжнародного туризму широко досліджуються у працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Такі дослідники, як Дж. Трейдл, Е. Річі, Л. Гудол та ін., розкривають економічну природу туризму, його роль у формуванні національного доходу, стимулюванні інвестицій та розвитку інфраструктури. У працях С. Сміта та Б. Купера розглядаються впливи туризму на регіональний розвиток та зайнятість. Українські науковці, зокрема В. Куценко, Т. Ткаченко, Г. Обиход, І. Ілляшенко, І. Чудовська та ін., аналізують значення міжнародного туризму для економіки України та порівнюють досвід розвинених країн у цій сфері. Незважаючи на широку наукову базу, залишається актуальним комплексний аналіз довгострокового впливу міжнародного туризму на стійкий розвиток економіки розвинених країн, зокрема в умовах сучасних глобальних викликів.

Метою роботи є дослідження характеру, структури та особливостей розвитку міжнародного туризму в розвинених державах світу та в Україні.

Для досягнення цієї мети були сформульовані такі завдання дослідження:

- виявити суть, значення та особливості диверсифікації міжнародного туризму;
- вивчити еволюцію розвитку міжнародного туризму;
- визначити методи дослідження ефективності;
- проаналізувати сучасний стан міжнародного туризму в глобальній економіці;
- оцінити країнові диференціації;
- дослідити моделі регулювання;
- діагностувати сучасний стан розвитку міжнародного туризму в Україні;
- обґрунтувати механізми і інструменти конвергенції у поствоєнний період.

Об'єктом дослідження є розвиток міжнародного туризму в економіці держав-лідерів.

Предмет дослідження – механізми, інструменти, модель диверсифікації

міжнародного туризму в розвинутих державах і в Україні.

Методи дослідження. Дослідження базується на використанні загальнонаукових і спеціальних методів аналізу: системний підхід – для всебічного розгляду взаємозв'язків між туристичною галуззю та іншими секторами економіки; економіко-статистичні методи – для аналізу динаміки туристичних потоків; порівняльний аналіз – для оцінки ефективності туристичної політики різних країн; SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін туристичного сектору тощо.

Інформаційна база дослідження ґрунтувалася на наукових працях зарубіжних та українських авторів, які досліджують вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток країн; нормативно-правових актах, що регулюють туристичну діяльність у розвинених країнах; статистичних даних та аналітичних звітах міжнародних організацій (UNWTO, Світового банку, OECD, Eurostat), а також профільних міністерств та туристичних агентств окремих країн. Важливим джерелом інформації стали матеріали міжнародних конференцій, форумів і семінарів у сфері туризму, сталого розвитку та економіки послуг.

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

РОЗДІЛ 1

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Суть, значення та особливості диверсифікації міжнародного туризму

Міжнародний туризм – це форма туристичної діяльності, що пов’язана з подорожами осіб за межі своєї країни з метою відпочинку, оздоровлення, ділових контактів, культурного обміну, пізнання світу тощо без отримання прибутку в країні перебування. Він охоплює тимчасове переміщення осіб через державні кордони, при якому турист не змінює місце постійного проживання [6].

Міжнародний туризм – багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, політичні, культурні, правові та екологічні аспекти. Визначення міжнародного туризму подається в документах Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) [38], де він трактується як діяльність, пов’язана з подорожами людей до країн, відмінних від тієї, в якій вони зазвичай проживають, на термін не більше 12 місяців, з метою, не пов’язаною з працевлаштуванням у країні відвідування (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення міжнародного туризму

№	Джерело	Визначення міжнародного туризму
1	Всесвітня туристична організація	Подорож особи до країни, яка не є місцем її постійного проживання, на строк не більше 12 місяців.
2	Р. Вокер, К. Хардінг	Міжнародний туризм включає поїздки людей через національні кордони з метою відпочинку, бізнесу або інших мотивів.
3	К. Купер, Дж., Флетчер	Вид туризму, який охоплює подорожі до іноземних країн, зазвичай з використанням туристичних послуг, що мають економічний ефект.
4	А. Метісон, Д. Волл	Міжнародний туризм – це тимчасові пересування людей до місць за межами їхнього звичного середовища в інші країни.

1	2	3
5	К. Холл	Міжнародний туризм – це складова глобальної мобільності, що характеризується пересуванням людей між країнами.
6	М. Мальська	Міжнародний туризм – це вид соціальної діяльності, пов’язаної з виїздом громадян за кордон з різною метою на певний час.
7	О. Височан	Міжнародний туризм – це форма туристичної діяльності, яка реалізується за межами національного простору країни походження туриста.
8	Манільська декларація з міжнародного туризму	Міжнародний туризм – це основне право людини на відпочинок і свободу пересування , а також важливий чинник економічного розвитку, соціального прогресу та миру .

Джерело: розроблено автором на основі [2; 10; 11; 21; 27; 38; 39; 40]

На основі наведених дефініцій було визначено, що **міжнародний туризм** – це форма туристичної діяльності, що передбачає тимчасове переміщення осіб через державні кордони з метою відпочинку, оздоровлення, професійної чи іншої мотивації без здійснення оплачуваної діяльності у країні перебування. Він є важливою складовою глобального людського мобільності, впливає на економіку, культуру та зовнішні зв’язки держав, а також сприяє міжкультурному обміну та соціально-економічному розвитку.

Залежно від мети подорожі міжнародний туризм поділяється на такі види (табл. 1.2) [20; 24]:

Таблиця 1.2 – Основні види міжнародного туризму

Вид туризму	Характеристика
Рекреаційний туризм	Спрямований на відпочинок, оздоровлення, зміну обстановки
Культурно-пізнавальний туризм	Включає екскурсійні подорожі, ознайомлення з історико-культурною спадщиною
Діловий туризм	Охоплює участь у конференціях, форумах, переговорах, виставках
Паломницький туризм	Пов’язаний з релігійними подорожами до святих місць
Екотуризм	Має на меті відвідання природних територій з мінімальним втручанням у довкілля
Медичний і оздоровчий туризм	Включає лікування, реабілітацію, оздоровчі програми за кордоном

Джерело: розроблено автором на основі [20; 24]

За напрямком руху подорожуючих виділяють **в’їзний туризм** (візити

іноземців до країни), **виїзний туризм** (подорожі громадян країни за кордон) та **змішаний**.

Міжнародний туризм відіграє надзвичайно важливу роль в сучасному світі. Його вплив охоплює кілька ключових сфер (рис. 1.1):

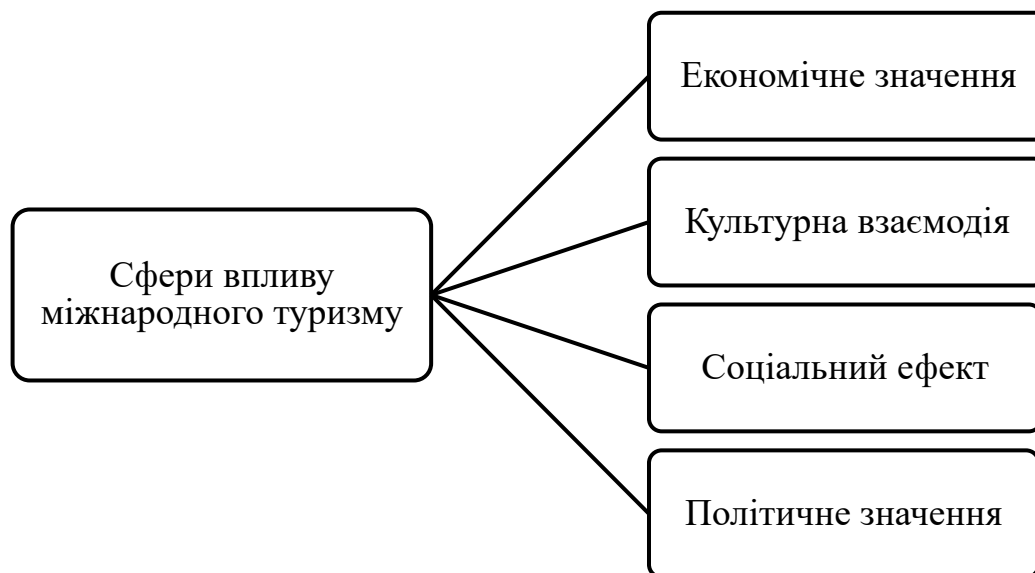


Рисунок 1.1 – Сфери впливу міжнародного туризму

Джерело: побудовано автором на основі [30; 34]

- міжнародний туризм сприяє зростанню ВВП, створенню робочих місць, розвитку малого та середнього бізнесу, стимулює інвестиції в інфраструктуру, готельний сектор, транспорт і послуги.
- через міжнародні подорожі відбувається обмін культурними цінностями, традиціями, розширюється світогляд громадян, формуються міжнаціональні зв'язки.
- міжнародний туризм сприяє підвищенню якості життя населення, зростанню рівня освіти, появі нових можливостей для дозвілля, самореалізації та соціальної мобільності.
- міжнародний туризм може виступати інструментом міждержавної співпраці, м'якої сили, засобом зміцнення міжнародного іміджу країни [30; 34].

Диверсифікація в міжнародному туризмі – це процес розширення спектра туристичних продуктів, напрямів, послуг, ринків та сегментів, що обслуговуються, з метою зниження ризиків, підвищення

конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку галузі. Вона може охоплювати як географічне розширення (вихід на нові міжнародні ринки), так і розширення туристичних пропозицій за видами відпочинку, ціноутворенням, форматами обслуговування тощо [33].

Суть диверсифікації полягає у здатності адаптуватися до постійних змін глобального туристичного середовища, таких як коливання попиту, політична нестабільність у деяких регіонах, сезонність, природні катаклізми, економічні кризи чи пандемії. Туристичні компанії, які активно впроваджують стратегії диверсифікації, здатні мінімізувати втрати в умовах змін, забезпечуючи собі гнучкість і стабільність.

У сучасних умовах глобалізації та швидкої цифровізації значення диверсифікації набуває особливої актуальності. Основні переваги, які забезпечує диверсифікація в міжнародному туризмі, можна узагальнити у таких аспектах (рис. 1.2):

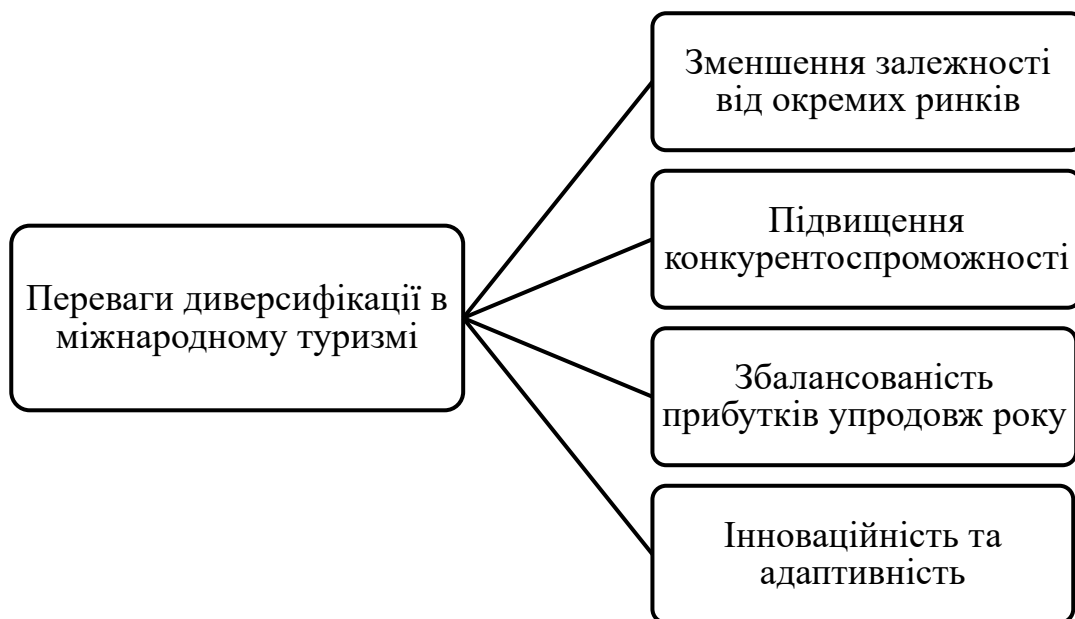


Рисунок 1.2 – Переваги диверсифікації в міжнародному туризмі

Джерело: побудовано автором на основі [8; 26]

1. Компанії, які орієнтуються виключно на один регіон або тип туризму (наприклад, пляжний відпочинок у Південній Європі), є більш вразливими до

локальних криз. Диверсифікація дозволяє змістити фокус на альтернативні напрямки.

2. Туристичні оператори, які пропонують різноманітні послуги та напрямки, мають більше шансів задовольнити потреби широкого кола клієнтів і залучити нові сегменти туристів.

3. Завдяки різним видам туризму (зимовий, літній, культурний, екотуризм, лікувально-оздоровчий тощо) компанії можуть працювати цілорічно, не зосереджуючись лише на сезонному прибутку.

4. В умовах змін диверсифікація стимулює розвиток нових туристичних продуктів (наприклад, цифрові тури, віртуальний туризм, тури для людей з обмеженими можливостями тощо) [8; 26].

У міжнародному туризмі можна виділити кілька ключових форм диверсифікації (рис. 1.3):

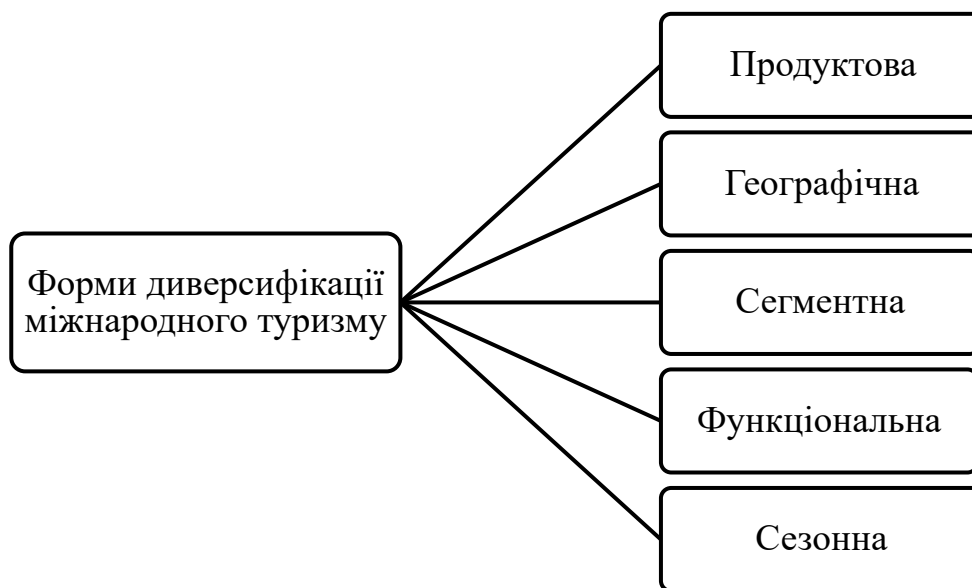


Рисунок 1.3 – Форми диверсифікації міжнародного туризму

Джерело: побудовано автором на основі [8; 26]

1. **Продуктова диверсифікація** включає розширення або модифікацію туристичних продуктів. Наприклад, крім класичних пляжних турів компанія починає пропонувати культурно-освітні програми, гастрономічні тури, круїзи, подієвий туризм тощо.

2. **Географічна диверсифікація** передбачає освоєння нових ринків –

наприклад, вихід європейських компаній на ринки Південно-Східної Азії, Латинської Америки, Африки.

3. **Сегментна диверсифікація** охоплює нові цільові аудиторії, такі як молодь, літні люди, родини з дітьми, туристи з високими доходами або, навпаки, бюджетні мандрівники.

4. **Функціональна диверсифікація:** компанія не тільки продає тури, а й займається організацією заходів, транспортними перевезеннями, надає страхові або банківські послуги.

5. **Сезонна диверсифікація:** розвиток напрямків, які дозволяють працювати у міжсезоння або протягом усього року (оздоровчий туризм, SPA, міський туризм, подорожі вихідного дня) [8; 26].

Процес диверсифікації має свої специфічні риси, зумовлені особливостями туристичної галузі [1; 7]:

- **Тісна залежність від глобальної ситуації.** Так, пандемія COVID-19 змусила туристичні компанії терміново шукати нові внутрішні напрямки або адаптувати послуги до нових умов (тестування, гігієна, безпечні формати подорожей).
- **Висока роль культури та менталітету.** Вихід на нові ринки вимагає адаптації туристичних продуктів до місцевих звичок, очікувань, мовних та релігійних особливостей.
- **Інноваційність у підходах.** Успішна диверсифікація потребує використання сучасних технологій – онлайн-букінг, цифрові карти, віртуальні гідів, мобільні додатки тощо.
- **Зростаюче значення сталого розвитку.** Екологічні та соціально відповідальні форми туризму стають усе популярнішими, особливо серед туристів з високим рівнем доходу. Це стимулює створення нових «зелених» продуктів.

Отже, диверсифікація в міжнародному туризмі є однією з ключових стратегій адаптації до мінливих умов ринку. Вона дозволяє зменшити ризики, пов'язані з економічною чи політичною нестабільністю, розширити коло

споживачів і підвищити ефективність туристичної діяльності. Успішна диверсифікація вимагає системного підходу, аналізу ринку, врахування культурних особливостей, використання новітніх технологій та орієнтації на сталий розвиток. У майбутньому саме здатність до гнучкої диверсифікації визначатиме життєздатність туристичних компаній та конкурентоспроможність країн на світовому туристичному ринку.

1.2. Еволюція розвитку міжнародного туризму

Міжнародний туризм є одним з найдинамічніших та найвпливовіших секторів світової економіки. Його розвиток охоплює багатовіковий період – від подорожей давніх цивілізацій до сучасних цифрових мандрів (табл. 1.3) [10; 14].

Таблиця 1.3 – Історичні періоди еволюції міжнародного туризму

Період	Хронологічні межі	Характеристика
Античність	до V ст. н.е.	Подорожі з метою паломництва, торгівлі, спорту.
Середньовіччя	V – XV ст.	Занепад подорожей, поширення паломництва, обмеження мобільності через феодалізм і війни.
Епоха Відродження	XV – XVII ст.	Відновлення інтересу до подорожей, освітні поїздки, початки географічних відкриттів.
Новий час / Grand Tour	XVII – XVIII ст.	Туризм як частина освіти молоді з вищого класу (особливо в Західній Європі).
Індустріальна революція	кінець XVIII – XIX ст.	Розвиток транспорту, перші залізниці, зародження масового туризму, відкриття курортів.
Формування туристичної індустрії	середина – кінець XIX ст.	Заснування турфірм (Томас Кук), поява організованих групових турів, розвиток готелів.
XX століття – масовий туризм	1900–1980-ті рр.	Зростання середнього класу, чартерні рейси, поява міжнародних стандартів.
Глобалізація і цифровізація	1990-ті – 2010-ті рр.	Інтернет, онлайн-бронювання, персоналізовані тури, розвиток бюджетного авіа.
COVID-19 трансформація	2020–2023 рр.	Пандемія, адаптація до нових реалій, сталий розвиток, відновлення мобільності.

продовження таблиці 1.3

Постпандемійна реальність / Туризм 5.0	2023 р. – донині	Цифровізація та інновації, персоналізація подорожей, розвиток внутрішнього і нішевого туризму, lifestyle-подорожі (digital nomads),.
--	------------------	--

Джерело: розроблено автором на основі [10; 14]

Залежно від історичного контексту, технологічного прогресу та соціально-економічних умов, міжнародний туризм трансформувався, розширюючи свої функції та масштаби. У первісному суспільстві переміщення людей було зумовлене потребами виживання – пошуком їжі, води, безпечного місця для проживання. Згодом, з виникненням перших міст-держав у Месопотамії, Єгипті, Китаї та Індії, поїздки почали набувати інших форм – торгових, релігійних і військових [10; 14].

Перші туристичні подорожі з'явилися у Стародавньому Єгипті та Греції. Заможні громадяни подорожували з метою участі у святах, спортивних змаганнях, відвідин храмів. У Стародавньому Римі були популярними поїздки до курортних міст на узбережжі Середземного моря – це була елітна форма відпочинку.

У період Середньовіччя (V–XV ст.) туризм зазнав занепаду через велику кількість війн, епідемій і феодалної роздробленості. Проте релігійні подорожі (паломництва) набули масового характеру. Мільйони прочан здійснювали мандрівки до святих місць, таких як Єрусалим, Сантьяго-де-Компостела чи Рим.

Також у цей період активізувався торговий туризм. Купці здійснювали далекі мандрівки по Європі, Азії та Африці, формуючи відомі торгові шляхи – наприклад, Великий шовковий шлях. Ці подорожі сприяли поширенню культур, мов, знань [10; 14].

Новий час відзначився географічними відкриттями, розвитком мореплавства та початком колоніалізму. У цей період подорожі набувають освітнього характеру. У Західній Європі популяризується явище **Grand Tour** – тривалих освітньо-культурних подорожей молоді з аристократичних родин по Італії, Франції, Німеччині, Австрії з метою вдосконалення знань та культурного

розвитку.

Збільшення безпеки на дорогах, розвиток поштових карет і перших готелів також сприяли зростанню туристичної активності. Хоча туризм все ще був доступний лише для еліти, він поступово набував ознак організованості.

XIX століття ознаменувалося промисловою революцією, урбанізацією, покращенням транспортної інфраструктури (залізниці, пароплави). Це призвело до народження **масового туризму**. Одним із піонерів став **Томас Кук**, англієць, який у 1841 році організував першу туристичну поїздку залізницею. Згодом він створив перше туристичне агентство, започаткувавши нову еру організованих подорожей, у тому числі міжнародних.

У цей період зростає інтерес до морських курортів, гірських місцевостей, з'являються перші курортні міста. Туризм поступово виходить за межі елітарного кола і стає доступним для середнього класу.

У XX столітті міжнародний туризм пережив стрімке зростання. Його розвиток можна умовно поділити на кілька етапів [10; 15]:

- **До Другої світової війни (1900–1939 рр.)**. Період характеризувався поширенням автомобілів, розвитком авіації та перших туристичних інфраструктур у Європі. У 1920-х роках в Європі та США зростає популярність подорожей для дозвілля серед середнього класу.

- **Післявоєнний період (1950–1970-ті рр.)**. Це етап бурхливого росту міжнародного туризму завдяки зростанню економіки, зниженню вартості авіаперельотів, появі чартерних рейсів. У 1950 році світ зафіксував близько 25 млн міжнародних туристичних прибуттів, а вже у 1970 р. – понад 160 млн. У цей час активно формуються перші міжнародні туристичні організації, зокрема **Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА)** та **Всесвітня туристична організація (UNWTO)**.

- **Глобалізація та туризм (1980–2000 рр.)**. Туризм стає глобальним феноменом. Популяризація пакетних турів, розвиток міжнародних готельних мереж, зростання круїзного бізнесу та туризму «все включено» – ключові риси цього періоду. Відпочинок за кордоном стає нормою для мільйонів людей.

З початку XXI століття міжнародний туризм зазнав низки змін і трансформацій, пов'язаних з (рис. 1.4) [10; 18]:

- **Цифровізацією** – поява онлайн-сервісів бронювання (Booking, Airbnb), мобільних застосунків, віртуальних турів;
- **Диверсифікацією** – поява нових форм: гастрономічний, аграрний, медичний, освітній туризм;
- **Глобалізацією** – більшість країн відкрили свої кордони для туристів, спростили візові процедури;
- **COVID-19** – пандемія стала переломним моментом, призвівши до глибокої кризи в галузі, але й стимулювала пошук нових форматів: внутрішній, екологічний, цифровий туризм;
- **Сталим розвитком** – зростання значення етичного, екологічного, інклюзивного туризму.

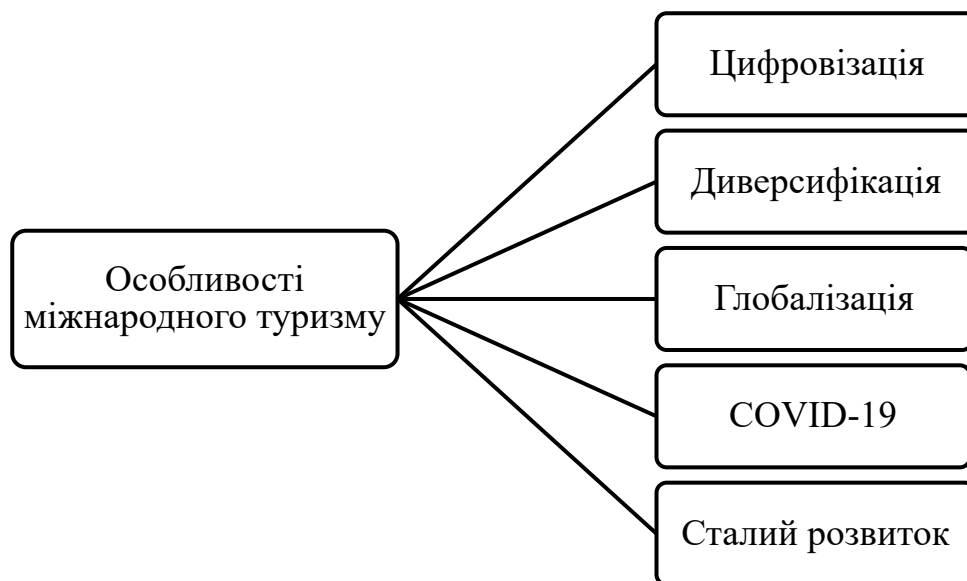


Рисунок 1.4 – Особливості міжнародного туризму на сучасному етапі

Джерело: побудовано автором на основі [10; 18]

За даними UNWTO, після пандемії туризм почав швидко відновлюватися: у 2023 році зафіксовано понад 80% від довоєнного рівня (1,3 млрд подорожей), а до кінця 2025 очікується повне відновлення [38].

Після завершення основної фази пандемії COVID-19 міжнародний туризм

вступив у новий етап трансформації, який науковці та практики дедалі частіше окреслюють як «Туризм 5.0». Цей період характеризується глибокими якісними змінами у підходах до організації туристичної діяльності та взаємодії з мандрівниками.

Основними ознаками постпандемічного етапу стали активна цифровізація, впровадження інноваційних технологій (зокрема big data, штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності), а також персоналізація подорожей, орієнтована на індивідуальні потреби і вподобання туристів [9; 38].

Значного розвитку набуває внутрішній та нішевий туризм, зокрема такі форми, як екотуризм, агротуризм, медичний та гастрономічний туризм. Серед нових трендів особливо помітним є явище «цифрових кочівників» (digital nomads) – людей, які поєднують дистанційну роботу з подорожами. Такий спосіб життя сприяє появі нових туристичних продуктів, інфраструктурних рішень і форматів обслуговування, зокрема у сфері довготривалого проживання, коворкінгів і мобільного інтернету.

У фокусі опиняється також сталий розвиток і відповідальний туризм, що враховує екологічний слід, підтримку місцевих громад та культурну автентичність. Мандрівники дедалі частіше віддають перевагу безпечним, малолюдним і добре організованим локаціям, де є можливість уникнути скупчення людей і забезпечити комфорт у постковідному світі [9; 38].

Отже, еволюція міжнародного туризму – це історія поступового переходу від поодиноких релігійних та дипломатичних подорожей до глобального багатомільярдного ринку. Туризм став не лише економічним феноменом, а й соціальним, культурним, екологічним явищем. Він відображає рівень розвитку суспільства, його відкритість, рівень довіри, бажання до пізнання світу.

У XXI столітті міжнародний туризм продовжує трансформуватися, пристосовуючись до викликів часу: війни, пандемії, кліматичні зміни, цифрові революції. Проте незмінним залишається головне – туризм є потужним засобом міжкультурного діалогу, розвитку економіки і зміцнення взаєморозуміння між народами.

1.3. Методи дослідження ефективності розвитку міжнародного туризму

Оцінка ефективності міжнародного туризму є необхідною для планування розвитку галузі, виявлення сильних і слабких сторін туристичних потоків та удосконалення туристичних продуктів. У дослідженнях ефективності туризму застосовується ціла низка методів (рис. 1.5).

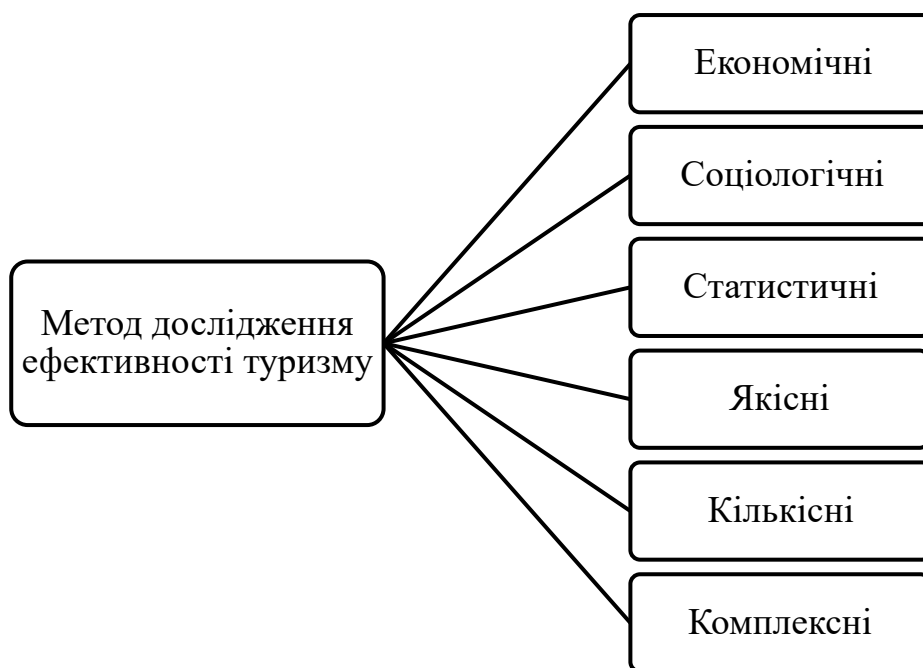


Рисунок 1.5 – Методи дослідження ефективності туризму

Джерело: побудовано автором на основі [2; 6]

1. Економічні методи дослідження дозволяють всебічно оцінити вплив туризму на національну економіку, визначити його прямі та опосередковані ефекти. Серед основних методів виділяють такі [2; 6]:

- Аналіз точки беззбитковості – методика, що дозволяє визначити мінімальний обсяг туристичних потоків, за якого туристична діяльність переходить від збиткової до прибуткової. Це важливо для стратегічного планування розвитку туристичних об'єктів, курортів та інших інфраструктурних проектів.
- Розрахунок туристичного кошика – оцінка середніх витрат одного туриста під час перебування у країні. До кошика входять витрати на проживання,

харчування, транспорт, екскурсії, розваги та покупки. Такий аналіз допомагає визначити економічну ефективність різних туристичних продуктів і сегментів ринку.

- Аналіз доходів і витрат – дослідження внеску туризму у валовий внутрішній продукт країни, рівень зайнятості населення, податкові надходження до бюджету. Туризм розглядається як індустрія, що не лише генерує прямі доходи, а й сприяє зростанню суміжних галузей.
- Мультиплікаторні моделі – методи, які дозволяють визначити опосередкований економічний ефект туризму через розвиток супутніх галузей, таких як транспорт, громадське харчування, торгівля, будівництво. Мультиплікаторні ефекти показують, як витрати туристів стимулюють економічну активність в інших секторах [2; 6].

Таким чином, економічні методи дослідження є базою для обґрунтування інвестицій в туризм, розробки державних програм підтримки галузі та оцінки її стратегічного значення для розвитку країни.

2. Соціологічні методи є важливим інструментом дослідження ефективності туристичної діяльності, оскільки дозволяють краще зрозуміти поведінкові характеристики туристів, рівень їхньої задоволеності та очікування від наданих послуг [2; 6]:

- Анкетування туристів: метод передбачає систематичний збір інформації безпосередньо від відвідувачів про їхній досвід подорожей. Анкети дозволяють оцінити якість сервісу, комфортність умов перебування, задоволеність туристичними продуктами та послугами, а також виявити бажання туристів щодо можливого повернення чи рекомендацій місця іншим.
- Опитування стейкхолдерів: у межах цього методу вивчаються думки представників туристичних агентств, готельного бізнесу, закладів харчування, транспортних компаній і державних органів влади. Такий підхід дає змогу комплексно оцінити стан галузі з позицій її учасників та виявити актуальні проблеми і перспективи розвитку.
- Глибинні інтерв'ю та фокус-групи: це методи якісного дослідження, що

дозволяють отримати розгорнуту інформацію про мотивацію туристів, їхні цінності, очікування і бар'єри при виборі туристичних послуг. Глибинні інтерв'ю допомагають краще зрозуміти поведінкові аспекти туристів, тоді як фокус-групи дають змогу обговорити колективні враження та бачення різних аудиторій [2; 6].

Таким чином, соціологічні методи дозволяють сформуванню цілісного уявлення про потреби та поведінку туристів, що є критично важливим для розробки ефективних стратегій розвитку туризму та підвищення якості туристичних послуг.

3. Статистичні та аналітичні методи відіграють ключову роль у дослідженні міжнародного туризму, оскільки дозволяють узагальнювати великі обсяги даних та виявляти закономірності у розвитку туристичної галузі [2; 6]:

- Збір та аналіз статистичних даних: охоплює систематичне накопичення інформації про кількість туристів, їхню середню тривалість перебування, сезонні коливання та географію прибуття. Аналіз таких даних допомагає виявити основні напрямки туристичних потоків та оцінити ефективність маркетингових стратегій.
- Сегментація туристичних потоків: передбачає поділ туристів на групи за ознаками віку, статі, рівня доходів, національності, мотивів подорожі (відпочинок, бізнес, лікування, освіта). Це дозволяє більш точно орієнтувати туристичні продукти на потреби різних споживачів.
- Тренд-аналіз: спрямований на вивчення змін у поведінці туристів протягом часу. Він допомагає виявити довгострокові тенденції, такі як зростання популярності еко-туризму або збільшення попиту на індивідуальні подорожі, що є основою для стратегічного планування.
- Порівняльний аналіз: здійснюється шляхом співставлення туристичних показників різних країн або регіонів. Це дає можливість виявити конкурентні переваги, визначити фактори успіху окремих напрямків та застосувати кращі практики для розвитку власного туристичного сектору.

Застосування статистичних і аналітичних методів дозволяє забезпечити науково обґрунтоване планування розвитку туризму, своєчасно реагувати на зміни ринку та підвищувати конкурентоспроможність туристичних напрямків.

4. Якісні методи дослідження дозволяють глибше зрозуміти структуру, динаміку та характер туристичних процесів, оцінити чинники, що визначають розвиток галузі на різних етапах [2; 6].

- SWOT-аналіз – є базовим інструментом стратегічного планування, який дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони туристичного ринку або окремого туристичного продукту, а також виявити можливості для зростання і загрози, які можуть перешкоджати розвитку. Завдяки SWOT-аналізу формується основа для ухвалення обґрунтованих управлінських рішень.
- PEST-аналіз – передбачає дослідження політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників, які впливають на розвиток туризму. Цей метод допомагає виявити зовнішнє середовище, що визначає можливості та ризики для туристичного бізнесу, особливо при виході на нові міжнародні ринки.
- Benchmarking – метод порівняльного аналізу, який полягає у вивченні кращих світових практик у галузі туризму з метою їх подальшої адаптації до національних або регіональних умов. Benchmarking сприяє впровадженню інноваційних рішень та підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів [2; 6].
- Аналіз життєвого циклу туристичного продукту дозволяє виявити етапи розвитку туристичного продукту – від ідеї та впровадження на ринок до його зрілості і поступового спаду. Це дослідження є важливим для своєчасного оновлення або модифікації туристичних пропозицій відповідно до змін у попиті.

Застосування якісних методів забезпечує глибоке розуміння внутрішніх і зовнішніх чинників розвитку туризму та формує підґрунтя для ефективного управління туристичною діяльністю в умовах глобальної конкуренції.

5. Для аналізу результативності функціонування туристичної галузі на міжнародному рівні застосовуються спеціальні кількісні показники, які

дозволяють оцінити економічну віддачу від туристичної діяльності, рівень туристичних прибутків, а також купівельну спроможність туристів.

Економічна ефективність туристичного потоку (ЕЕ) дозволяє оцінити рентабельність вкладень у туризм:

$$EE = \frac{\text{Доходи від туризму}}{\text{Витрати на організацію туристичної інфраструктури}}, \quad (1.1)$$

Туристичні прибутки на душу населення (ТРН) дозволяють порівняти вплив туризму на економіку в різних країнах:

$$TRN = \frac{\text{Загальний дохід від міжнародного туризму}}{\text{Кількість населення країни}}, \quad (1.2)$$

Середня платоспроможність туриста (СПТ) показує середній рівень витрат туриста під час перебування у країні:

$$СПТ = \frac{\text{Загальні витрати туристів}}{\text{Кількість туристів}}, \quad (1.3)$$

Індекс туристичної привабливості (Travel & Tourism Competitiveness Index – ТТСІ) розраховується за методологією Всесвітнього економічного форуму (WEF) і враховує такі компоненти, як: інфраструктура; політика і сприяння розвитку туризму; природні та культурні ресурси; безпека і гігієна; технологічна готовність тощо.

Оцінка платоспроможності туристів є важливим інструментом для прогнозування доходів від туризму та розробки ефективних маркетингових стратегій. Існує кілька ключових підходів до такого аналізу, що враховують як кількісні, так і якісні характеристики туристичних витрат. Один із найбільш поширених методів – аналіз середніх витрат туриста на день. Такі дані дозволяють оцінити як загальну економічну привабливість туристичного ринку, так і потенціал збільшення доходів у певних регіонах. Ще одним критерієм є географічна сегментація туристів. Зазвичай найвищу платоспроможність мають туристи з розвинених економік, що робить їх найбільш бажаними споживачами для туристичного бізнесу. Також важливо враховувати мотив подорожі. Ділові туристи, які подорожують із професійною метою, мають вищий середній рівень

витрат порівняно з тими, хто подорожує з метою відпочинку. Це пояснюється необхідністю використання бізнес-сервісів, комфортного транспорту та готелів вищого класу. Отже, комплексний підхід до аналізу платоспроможності туристів дозволяє більш точно оцінювати структуру доходів у галузі та формувати цільові стратегії для приваблення прибуткових категорій мандрівників [2; 6].

6. Для найбільш повного і об'єктивного аналізу ефективності міжнародного туризму використовується інтеграція різних підходів, що дозволяє оцінити туризм з економічної, соціальної, екологічної та політичної точок зору [2; 6]:

- Моделювання сценаріїв розвитку туризму: цей метод передбачає побудову прогностичних моделей, які враховують можливі зміни у зовнішньому середовищі – політичній ситуації, економічних трендах, глобальних подіях, таких як пандемії чи зміни клімату. Завдяки моделюванню можна розробляти декілька варіантів розвитку туризму і готувати відповідні стратегії реагування.
- Системний підхід: туризм розглядається як невід'ємна складова ширшої соціально-економічної системи країни. Він взаємодіє з іншими галузями економіки (транспорт, торгівля, культура), впливає на зайнятість населення, формування національного іміджу, міжнародні відносини. Системний підхід дозволяє виявити як прямі, так і непрямі ефекти туризму.
- Баланс витрат і вигод: оцінка економічної доцільності розвитку туризму здійснюється шляхом зіставлення очікуваних доходів із витратами, включаючи фінансові витрати на інфраструктуру, охорону природи, підтримку культурної спадщини, а також потенційні соціальні та екологічні наслідки. Такий аналіз дозволяє уникати ризиків нераціонального використання ресурсів і сприяє сталому розвитку туристичних територій [2; 6].

Комплексні методи дають можливість формувати глибоке і багатопланове розуміння процесів у сфері туризму та розробляти збалансовані стратегії розвитку цієї важливої галузі у глобальній економіці.

Отже, дослідження ефективності міжнародного туризму є багатокомпонентним процесом, що вимагає комплексного підходу. Використання економічних, статистичних, соціологічних і якісних методів дозволяє глибоко

проаналізувати стан туристичної сфери, виявити резерви для її розвитку, оптимізувати стратегічні рішення. Особливу увагу слід приділяти не лише економічним показникам, а й соціально-культурним, екологічним аспектам діяльності в туризмі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ-ЛІДЕРАХ

2.1. Сучасний стан міжнародного туризму в глобальній економіці

Міжнародний туризм є одним із найдинамічніших секторів світової економіки. Після серйозного спаду у 2020–2021 роках через COVID-19, відбувається поступове відновлення сектору. За даними UNWTO, у 2022 році кількість міжнародних подорожей зросла на 60%–70% у порівнянні з 2021 роком (табл. 2.1). Стрімке відновлення спостерігалось у Європі, Азії та Америці.

Таблиця 2.1 – Кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі за 2022–2024 рр.

Рік	Кількість міжнародних туристичних прибуттів, млн осіб	Зміна до попереднього року, %	Відновлення до рівня 2019 року, %
2022	975	+111,9%	63%
2023	1305	+33,9%	89%
2024	1445	+10,7%	99%

Джерело: розроблено автором на основі [38; 43]

Аналіз кількості міжнародних туристичних прибуттів у 2022–2024 роках свідчить про стрімке відновлення світового туризму після пандемії COVID-19. У 2022 році галузь продемонструвала значне зростання, досягнувши близько 63% рівня 2019 року, що стало результатом пом'якшення карантинних обмежень та зростання попиту на подорожі. У 2023 році темпи відновлення залишалися високими, і туристичний потік склав вже 89% допандемічного рівня. За 2024 рік кількість міжнародних подорожей практично досягла повного відновлення, що свідчить про повернення довіри мандрівників до безпеки поїздок та адаптацію туристичної індустрії до нових умов. Таким чином, міжнародний туризм

продовжує відігравати важливу роль у глобальній економіці, підтверджуючи свою стійкість і здатність до швидкого відновлення після глобальних криз.

Міжнародний туризм також забезпечуючи приблизно 10% світового валового внутрішнього продукту (ВВП) як через прямі, так і опосередковані ефекти (рис. 2.1). Прямий внесок туризму включає доходи від проживання, транспорту, харчування, розваг та послуг для мандрівників. Опосередковано туризм стимулює розвиток суміжних галузей, таких як будівництво, агропромисловість, IT-сектор та фінансові послуги.

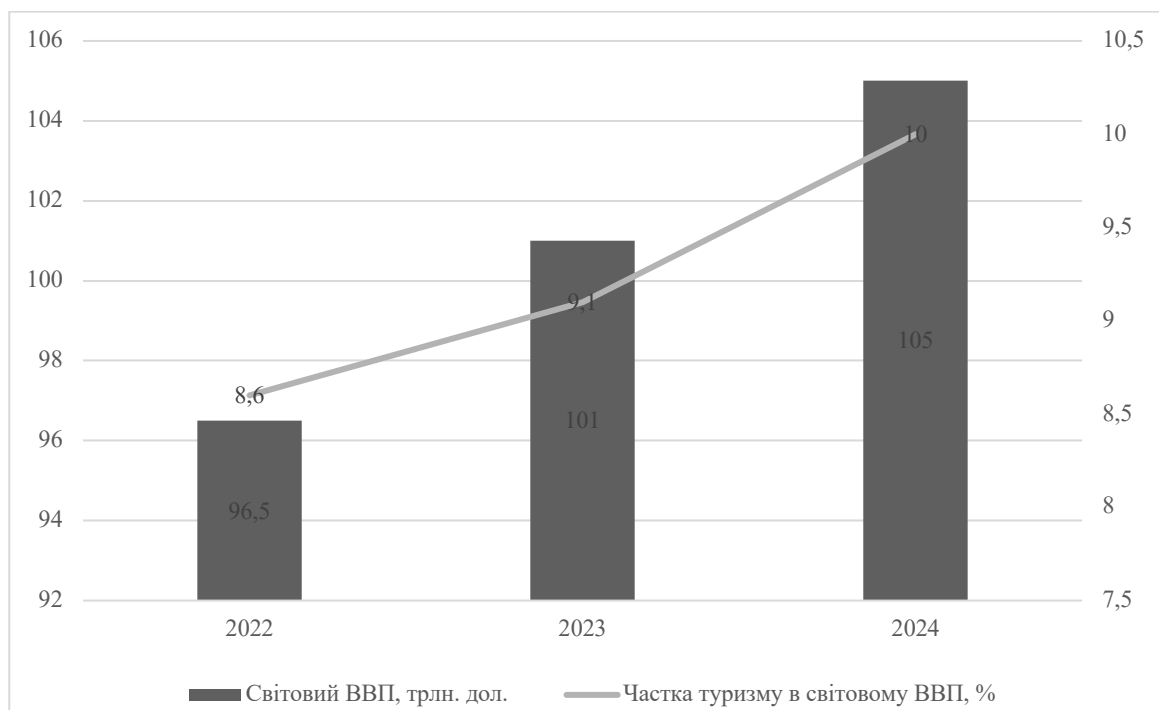


Рисунок 2.1 – Частка міжнародного туризму у світовому ВВП за 2022-2024 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [44]

Крім того, міжнародний туризм є важливим джерелом валютних надходжень для багатьох країн (табл. 2.2). Аналіз валютних надходжень від міжнародного туризму за 2022-2024 роки у деяких країнах показує стабільне зростання доходів від туристичної діяльності. США, як найбільша економіка, демонструють суттєве збільшення надходжень від туризму, з 135,2 млрд дол. США у 2022 році до 190 млрд дол. США у 2024 році, що свідчить про стійке відновлення туристичного сектору після пандемії COVID-19.

Таблиця 2.2 – Валютні надходження від міжнародного туризму в економіках деяких країн за 2022–2024 рр., млрд дол. США

Країна	2022 рік	2023 рік	2024 рік
США	135,2	175,9	~190,0
Велика Британія	68,2	73,9	78,0
Іспанія	72,9	92,0	~100,0
Франція	59,7	68,6	74,0
Італія	44,3	55,9	60,0
Німеччина	~38,5	~40,0	~45,0
Хорватія	~13,0	~14,0	~15,0
Сербія	~2,0	~2,3	~2,5

Джерело: розроблено автором на основі [35; 41]

Такі великі європейські країни, як Іспанія, Франція, Італія та Німеччина, демонструють стале зростання доходів від міжнародного туризму. Іспанія зміцнює свої позиції серед провідних туристичних напрямків Європи, збільшивши валютні надходження з 72,9 млрд дол. США у 2022 році до майже 100 млрд дол. США у 2024 році. Франція також демонструє позитивну динаміку: з 59,7 млрд дол. США у 2022 році до 74 млрд дол. США у 2024 році. Італія нарощує обсяги доходів від туризму з 44,3 млрд до 60 млрд дол. США у той же період. Німеччина, хоча й поступається за абсолютними обсягами, також демонструє поступове зростання – з приблизно 38,5 млрд дол. США у 2022 році до близько 45 млрд дол. США у 2024 році. Варто підкреслити, що ці країни є не лише популярними туристичними напрямками, але й потужними економічними центрами, що активно інвестують у розвиток туристичної інфраструктури, просування бренду країни та підвищення якості послуг.

Малі за площею країни, такі як Хорватія та Сербія, хоча і мають нижчі абсолютні показники валютних надходжень, демонструють стабільне зростання. Зокрема, Хорватія підвищила доходи від туризму з приблизно 13 млрд дол. США у 2022 році до близько 15 млрд дол. США у 2024 році, а Сербія – з близько 2 млрд до понад 2,5 млрд дол. США. Це свідчить про послідовну роботу з розвитку туристичного

потенціалу, що сприяє зміцненню економік навіть невеликих країн через туристичну галузь.

Загалом, за даними досліджуваного періоду, можна зробити висновок, що туристичний сектор цих країн значною мірою сприяє їх економічному розвитку. Зростання валютних надходжень від туризму свідчить про відновлення цієї галузі після кризи, спричиненої пандемією, та про її стабільний внесок у світову економіку.

Крім цього, міжнародний туризм сприяє зростанню зайнятості, створюючи мільйони робочих місць у сфері готельного бізнесу, транспорту, екскурсійного обслуговування та туроператорської діяльності (рис. 2.2).

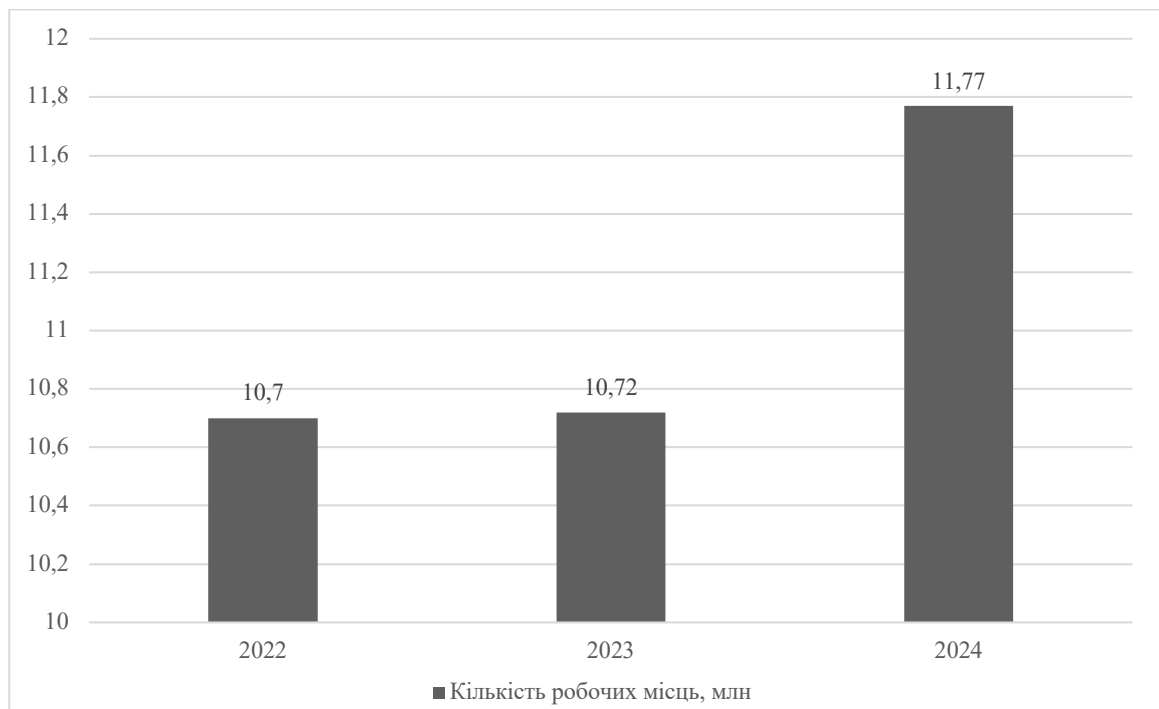


Рисунок 2.2 – Кількість робочих місць у міжнародному туризмі за 2022-2024 рр., млн. осіб.

Джерело: побудовано автором на основі [28]

Аналіз робочих місць у міжнародному туризмі за період 2022-2024 років свідчить про стабільне відновлення та зростання зайнятості у цій сфері після важкого періоду 2019-2020 рр. У 2022 році кількість робочих місць у міжнародному туризмі складала 10,7 млн, що відображає початкове відновлення індустрії після значних втрат у 2020 та 2021 роках. У 2023 році цей показник

опинився на рівні 10,72 млн, що свідчить про поступове покращення ситуації.

Однак найбільший приріст відбувся у 2024 році, коли кількість робочих місць зросла до 11,77 млн. Це свідчить про те, що туристична галузь, яка традиційно є важливою для економік багатьох країн, продовжує відновлювати свою роль у світовій економіці, створюючи нові можливості для зайнятості.

Загалом, відновлення міжнародного туризму сприяє не лише зростанню робочих місць, а й зміцненню економічних позицій держав, що активно розвивають цей сектор. Соціально-культурний вплив туризму також важливий: обміни між культурами сприяють взаєморозумінню, розвитку глобальної толерантності й підтримці миру. Водночас туристична діяльність спонукає держави інвестувати у збереження природної та культурної спадщини, що позитивно впливає на стійкість розвитку регіонів (рис. 2.3).

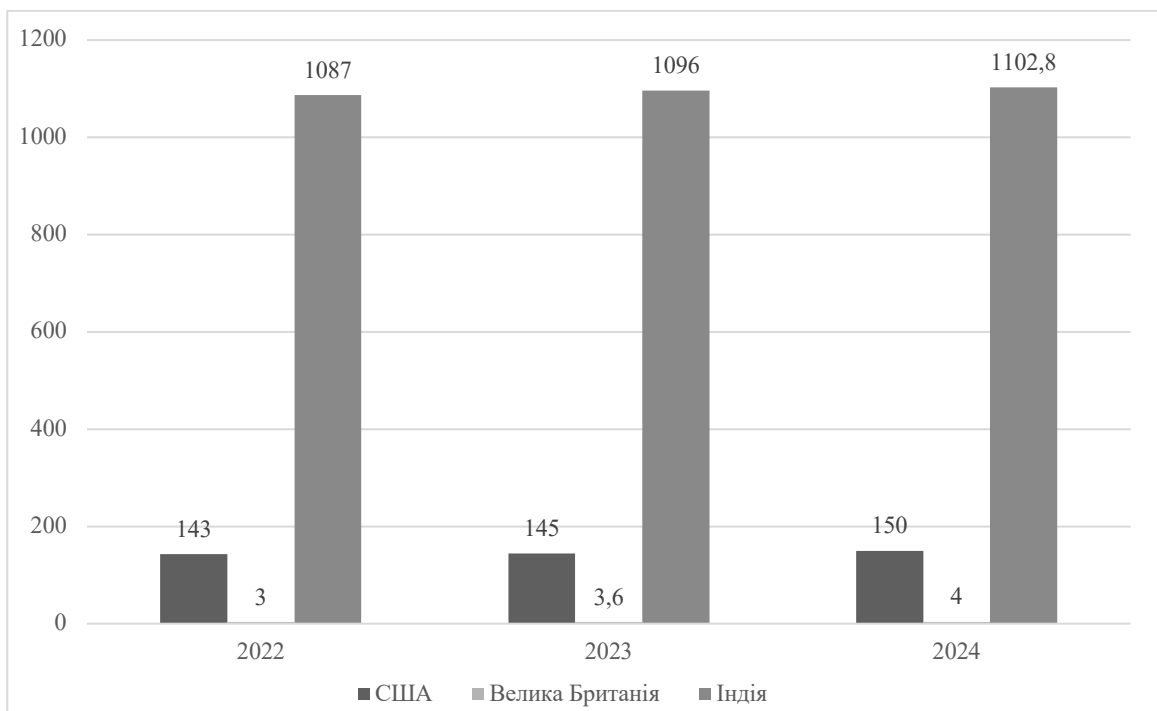


Рисунок 2.3 – Інвестиції деяких країн у збереження природної та культурної спадщини за 2022-2024 рр., млн. дол. США

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Аналіз інвестицій у збереження природної та культурної спадщини у деяких країнах за 2022–2024 рр. показує значні зусилля держав для фінансування цієї

важливої сфери. США, з інвестиціями на рівні 143-150 млн доларів щорічно, продовжують активно підтримувати збереження своїх природних та культурних об'єктів через національну службу парків. Велика Британія також демонструє стабільність у фінансуванні цієї сфери, виділяючи 3-4 млн доларів на рік через програму з охорони культурної спадщини.

Індія виділяє значні кошти на збереження своєї культурної спадщини, зокрема інвестиції в 2024 році склали понад 1,1 млрд доларів. Це свідчить про те, що країна активно працює над збереженням своїх історичних та культурних пам'яток, що важливо для її туризму та національної ідентичності.

Загалом, країни, що інвестують у збереження природної та культурної спадщини, демонструють розуміння важливості цього напрямку не тільки з точки зору національної культури, але й як економічного активу, який сприяє розвитку туризму, створенню робочих місць та підтримці соціальної стабільності. І хоча інвестиції у збереження спадщини відрізняються за обсягом, всі ці країни прагнуть забезпечити сталий розвиток через підтримку та збереження своєї унікальної спадщини для майбутніх поколінь.

Для розуміння потенціалу розвитку туризму у країнах-лідерах доречно провести узагальнений SWOT-аналіз, який дозволяє виділити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – SWOT-аналіз країн-лідерів міжнародного туризму

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Висока культурна й історична привабливість (архітектура, музеї, традиції).	- Перевантаження популярних локацій (Венеція, Париж тощо).
- Розвинена транспортна і готельна інфраструктура.	- Сезонність туристичних потоків (літо/зима).
- Доступ до природних ресурсів (моря, гори, ліси).	- Високі ціни на розміщення у пікові періоди.
- Стійкий імідж на світовому туристичному ринку.	- Концентрація туризму у великих містах, слабкий розвиток периферії.
- Висока якість обслуговування у сфері гостинності.	- Бюрократичні складнощі з отриманням віз (особливо до США, Китаю).

1	2
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
- Розвиток сталого та екологічного туризму.	- Геополітична нестабільність (війни, протести, тероризм).
- Диверсифікація напрямів (сільський, гастрономічний, медичний туризм).	- Економічна нестабільність, інфляція.
- Використання цифрових технологій (онлайн-сервіси, віртуальні тури).	- Епідеміологічні ризики (COVID-19, нові захворювання).
- Освоєння нових ринків.	- Негативний вплив масового туризму на культуру та довкілля.
- Розвиток внутрішнього туризму та регіонів поза головними маршрутами.	- Кліматичні зміни (зміщення сезонів, перегрів узбереж, менше снігу в горах).

Джерело: розроблено автором на основі [35; 36]

Отже, країни-лідери в галузі міжнародного туризму демонструють потужний економічний і соціальний потенціал, проте водночас стикаються зі спільними викликами. Для подальшого розвитку туризму їм необхідно адаптуватися до нових глобальних трендів – сталості, цифровізації, децентралізації туристичних потоків.

Основні тенденції міжнародного туризму відображають швидкі зміни, спричинені технологічними інноваціями та глобальними викликами. Цифровізація, зміни у поведінці туристів та зростання популярності сталого туризму стали ключовими факторами, які визначають розвиток галузі. Сучасні технології значно полегшили процес планування та здійснення подорожей, що відкриває нові можливості для туристичних компаній і споживачів.

Цифрові технології вже стали важливим елементом міжнародного туризму, і їх використання продовжує активно зростати. Однією з основних тенденцій є використання мобільних застосунків для бронювання. Завдяки різноманітним мобільним платформам туристи можуть легко забронювати готелі, квитки на транспорт, екскурсії та інші послуги, не виходячи з дому або навіть під час подорожі. Ці додатки дозволяють користувачам не лише здійснювати бронювання, але й отримувати відгуки, рекомендації та персоналізовані пропозиції, що значно спрощує планування подорожей.

Віртуальні тури – ще одна значна інновація, що набирає популярності. В умовах пандемії та через обмеження на подорожі, багато туристичних компаній та культурних організацій почали пропонувати віртуальні тури по музеях, архітектурних пам'ятках, природних заповідниках тощо. Це дозволяє людям з різних куточків світу «відвідати» ці місця без необхідності фізичного пересування, що робить доступними культурні та туристичні об'єкти, зокрема для людей з обмеженими можливостями або тих, хто не має можливості подорожувати.

Електронні візи – ще одна цифрова інновація, яка значно полегшує процес подорожей. Багато країн вже впровадили електронні візи, що дозволяє туристам оформляти візи онлайн, не витрачаючи часу на фізичні поїздки до посольств. Це значно пришвидшує процес отримання дозволу на в'їзд і робить міжнародні подорожі доступнішими для туристів.

Ще однією важливою складовою цифровізації є використання big data для аналізу поведінки туристів. Аналіз великих обсягів даних дозволяє туристичним компаніям та організаціям краще розуміти переваги та потреби туристів, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та рекламні кампанії. Це також допомагає оптимізувати ціни, прогнозувати попит і навіть передбачати майбутні тенденції в туризмі. Збір і обробка таких даних дозволяє підприємствам туризму ефективно адаптувати свої стратегії до змінних умов ринку.

Загалом, цифровізація туризму відкриває нові можливості для розвитку індустрії, роблячи подорожі більш доступними, комфортними та персоналізованими. Ці технології не лише полегшують процес планування і бронювання подорожей, а й змінюють саму концепцію туризму, дозволяючи людям отримувати новий досвід навіть без фізичного переміщення.

Зміна туристичних уподобань є однією з найважливіших тенденцій міжнародного туризму. Сучасні туристи все більше звертають увагу на екологічність своїх подорожей, що значно змінило попит на різні види туризму. Це явище стало ще більш виразним після пандемії COVID-19, коли питання охорони навколишнього середовища і сталого розвитку почало набирати

популярності в суспільстві. Туристи все частіше шукають можливості для подорожей, що мінімізують їхній екологічний слід, підтримують місцеві громади та сприяють збереженню природних ресурсів.

Однією з таких змін є розвиток екологічного туризму, який сприяє збереженню природи та підтримці сталого розвитку. Екологічний туризм передбачає мінімальний вплив на навколишнє середовище та включає подорожі до природних резервів, національних парків та природних пам'яток, де важливу роль відіграє охорона довкілля та місцевої фауни. Цей тренд активно підтримується урядами та туристичними компаніями, які організують екологічно чисті подорожі, пропонують послуги, що відповідають принципам сталого розвитку, і заохочують туристів до свідомого вибору турів.

Крім того, культурно-пізнавальні подорожі стають дедалі популярнішими серед мандрівників. Все більше туристів прагнуть не тільки відпочити, а й зануритися в культуру та історію відвідуваних місць. Вони шукають можливості для пізнання місцевих традицій, участі в фестивалях, відвідування музеїв і археологічних пам'яток. Культурно-пізнавальний туризм сприяє розвитку місцевих культурних ініціатив та збереженню культурної спадщини, а також дає можливість туристам отримати глибше розуміння і зв'язок з місцевими громадами.

Ще однією помітною зміною є зростання попиту на індивідуалізовані тури, що надають можливість персоналізувати досвід подорожей. Це відображає бажання туристів відмовитися від масових туристичних потоків на користь більш інтимних і комфортних подорожей, які відповідають їхнім інтересам і потребам. Індивідуалізовані тури дозволяють створити персоналізований маршрут, який враховує побажання щодо місць відвідування, типу відпочинку, розміщення та навіть способу пересування. Такий підхід також сприяє розвитку локального бізнесу, адже туристи можуть вибирати менш популярні, але автентичні напрямки.

Отже, зміна туристичних уподобань є відображенням сучасних суспільних змін, де екологічна свідомість, культурний обмін та індивідуальний підхід до

подорожей займають все важливіше місце. Ці тенденції не тільки змінюють характер самого туризму, а й сприяють розвитку більш стійких та відповідальних форм відпочинку, що мають позитивний вплив як на економіку, так і на навколишнє середовище.

Таким чином, міжнародний туризм залишається потужним двигуном глобальної економіки, незважаючи на тимчасові кризи та виклики. Його подальший розвиток буде залежати від здатності адаптуватися до нових реалій, впроваджувати інновації, дотримуватися принципів сталого розвитку та зберігати культурне й природне різноманіття світу.

2.2. Країнові диференціації розвитку міжнародного туризму

Найбільші обсяги міжнародного туристичного потоку зосереджено у кількох провідних країнах, серед яких безумовними лідерами залишаються **Франція, Іспанія, США, Китай, Італія та Туреччина**. Ці країни посідають провідні позиції завдяки поєднанню потужної туристичної інфраструктури, різноманіття туристичних продуктів та активної державної підтримки туризму.

Франція утримує статус найвідвідуванішої країни світу. Щорічно вона приймає понад 80 млн туристів. Її привабливість визначають культурна спадщина (музеї, історичні пам'ятки, замки Луари), гастрономія, виноробство, розвинена транспортна інфраструктура та різноманітність природних ландшафтів – від Лазурового узбережжя до Альп.

Іспанія пропонує туристам неперевершене поєднання сонячного пляжного відпочинку, культурного туризму, гастрономії та фестивалів. Розвинена готельна інфраструктура та доступні ціни роблять країну особливо популярною серед європейців.

США вирізняються різноманіттям туристичних напрямів – від мегаполісів Нью-Йорка і Лос-Анджелеса до національних парків, історичних маршрутів та

тематичних парків. Американський ринок залишається привабливим завдяки високому рівню сервісу, масштабності пропозицій та стабільній економіці.

Китай значно розвинув вхідний туризм упродовж останнього десятиліття. Туристів приваблюють Великі китайські пам'ятки (Велика стіна, Заборонене місто), а також швидке зростання інфраструктури – сучасні готелі, швидкісні поїзди, туристичні кластери.

Італія є визнаним центром культурного та історичного туризму. До привабливості країни додається італійська кухня, мода, а також наявність адриатичного й середземноморського узбережжя.

Туреччина зміцнила свої позиції як один із найбільш доступних напрямів масового відпочинку. Туризм базується на «все включено», історичних об'єктах (Каппадокія, Стамбул, Ефес), розвиненому готельному сервісі та сприятливому кліматі.

Економічна ефективність туристичного сектору значно варіюється залежно від рівня розвитку країни, її туристичної інфраструктури, географічного розташування та політики у сфері туризму. На рис. 2.4 наведено приклади окремих держав, які демонструють економічні вигоди від міжнародного туризму. Аналіз економічної ефективності туризму в окремих країнах світу свідчить про його вагоме значення для національних економік. У розвинених державах, таких як США та Китай, туризм забезпечує сотні мільярдів доларів доходу щороку, формуючи істотну частку ВВП та стимулюючи суміжні галузі – транспорт, готельний бізнес, харчову промисловість. У країнах з невеликою територією, таких як Мальта або Португалія, частка туризму у ВВП надзвичайно висока, що підкреслює стратегічну важливість цієї сфери для їхнього економічного розвитку. Водночас, приклад Філіппін показує, що туризм залишається вразливим до зовнішніх викликів – пандемій, економічної нестабільності, природних катастроф. Це вимагає від країн адаптивної політики.

У контексті глобальної туристичної індустрії важливим показником ефективності розвитку туризму є **рівень туристичних прибутків на душу населення**. Цей показник дозволяє порівняти не лише загальний обсяг прибутків, але й їхню

значущість для економіки конкретної країни з урахуванням чисельності населення. На рисунку 2.5 представлено рейтинг країн, які у 2024 році досягли найвищих показників туристичних прибутків на душу населення.

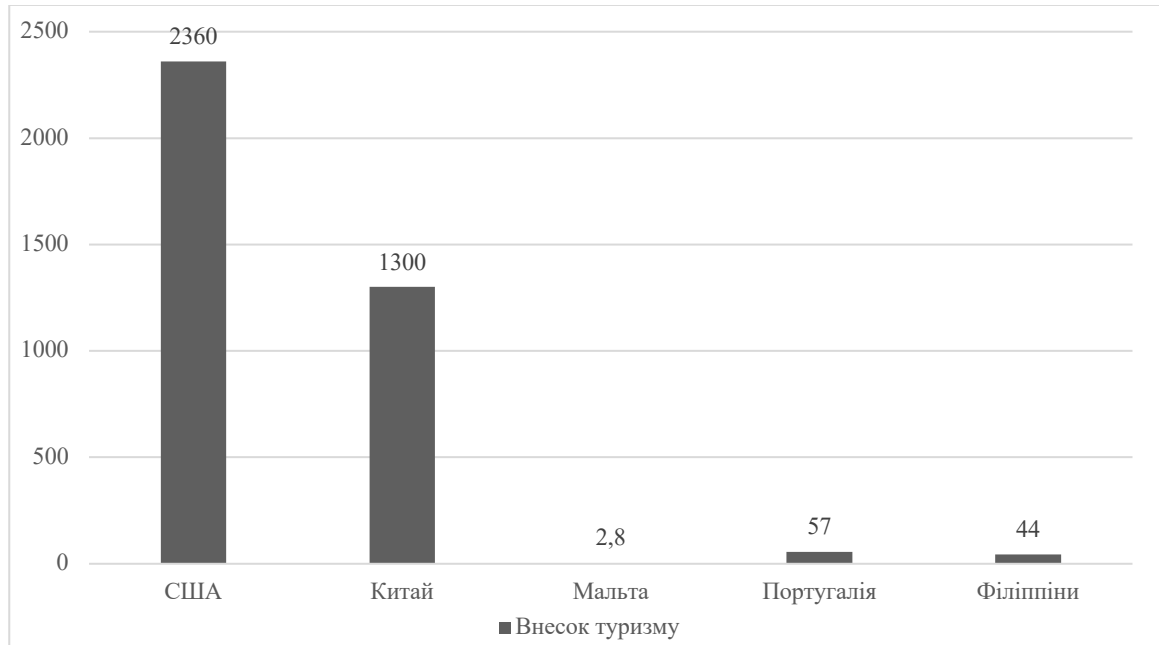


Рисунок 2.4 – Внесок туризму в економіку країни у 2024 р., млрд. доларів США

Джерело: побудовано автором на основі [36; 44]

США очолюють світовий рейтинг за туристичними прибутками на душу населення (2 658 євро). Цей високий показник обумовлений сильною економікою, стабільною купівельною спроможністю туристів, а також значними витратами на дозвілля, проживання, гастрономію та культурні заходи. США приваблюють як внутрішніх, так і міжнародних туристів завдяки широкому спектру напрямків – від мегаполісів (Нью-Йорк, Лос-Анджелес) до національних парків (Йеллоустоун, Гранд-Каньйон).

З показником 2 645 євро Японія утримує лідерські позиції у Східній Азії. Після повного відкриття кордонів для іноземців попит на подорожі до Японії різко зріс. Великий вплив мають імідж безпеки, унікальність культурного досвіду (храми, гейші, чайні церемонії) та розвинена інфраструктура для подорожей.

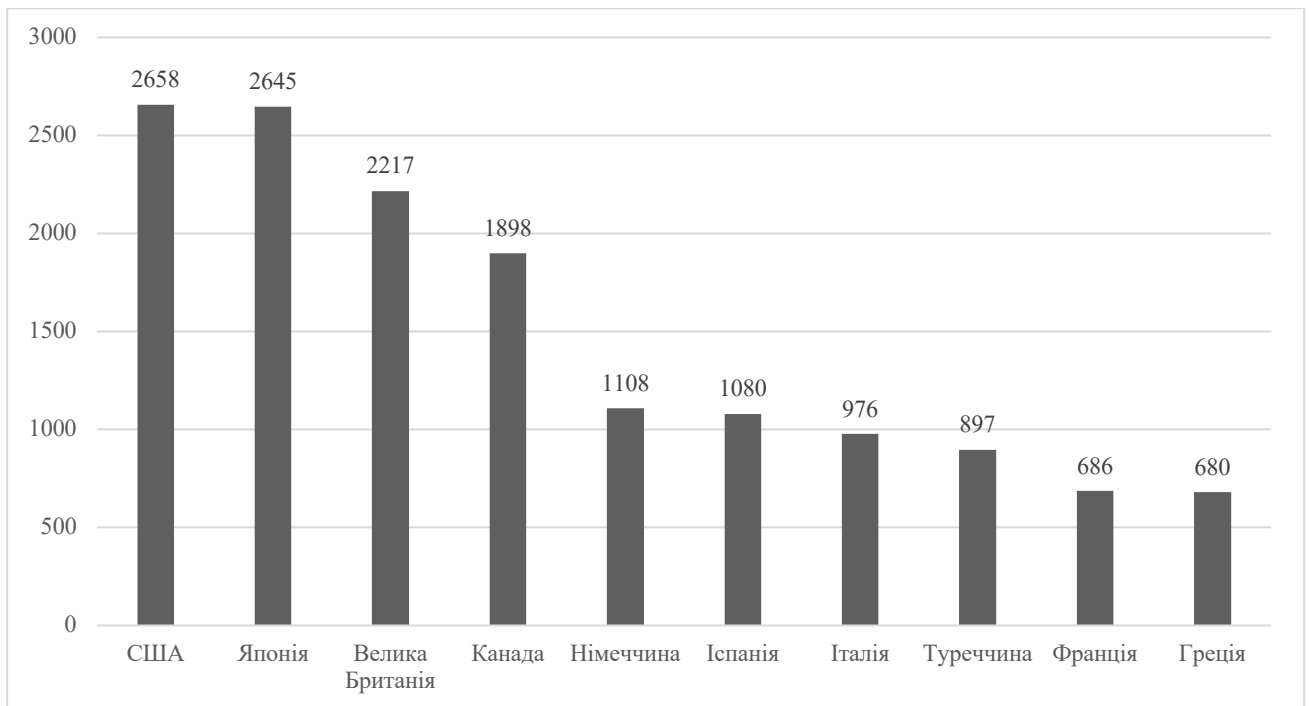


Рисунок 2.5 – Рейтинг країн-лідерів за туристичними прибутками на душу населення у 2024 р., євро

Джерело: побудовано автором на основі [44]

Туристичні прибутки на рівні 2 217 євро вказують на преміальність британського туристичного продукту. Лондон – один з найдорожчих напрямків Європи, приваблює бізнес-туристів, шопінг-туристів, а також охочих відвідати історичні об'єкти. Висока вартість готелів, харчування, квитків до музеїв і театрів формує значні середні витрати. Протягом багатьох років інтерес до Великої Британії не знижується, а туристичний сектор демонструє стабільне відновлення.

З результатом у 1 898 євро Канада посідає четверте місце. Велика площа країни, наявність природних чудес (Ніагарський водоспад, Скелясті гори) та активна політика залучення туристів роблять її популярною серед заможної аудиторії. Туристи витрачають кошти на внутрішні перельоти, еко-туризм, кемпінги, національні парки та міський відпочинок у Торонто, Монреалі та Ванкувері.

Прибутки на одного туриста (1 108 євро) демонструють високий рівень організованого туризму, зокрема ділового, культурного та медичного. Німеччина є транзитною та культурно насиченою країною, що приваблює туристів завдяки

стабільності, безпеці, зручному транспорту та різноманітним подіям (виставки, ярмарки, концерти). Туристичні центри – Берлін, Мюнхен, Гамбург – постійно інвестують у розвиток інфраструктури.

Зі значенням 1 080 євро Іспанія залишається одним з найулюбленіших напрямків для туристів у Європі. Вона поєднує доступність і якість, зокрема на узбережжях (Коста-Брава, Коста-дель-Соль), островах (Балеари, Канари) та в історичних містах (Барселона, Мадрид, Севілья). Туристи активно витрачають кошти на харчування, розваги, екскурсії та місцеві фестивалі. Успіх Іспанії зумовлений продуманою туристичною політикою та сприятливим кліматом.

Італія (976 євро на душу населення) приваблює туристів завдяки унікальній культурній спадщині, архітектурі, гастрономії та різноманітності регіонів. Шопінг у Мілані, історичні тури у Римі, подорожі виноробними регіонами Тоскани забезпечують стабільно високі витрати. Італія зберігає баланс між масовим і преміальним туризмом, що позитивно впливає на загальний прибуток.

Туреччина (897 євро на душу населення) демонструє стійке зростання. Основу складають туристи з Європи, Близького Сходу та СНД, які віддають перевагу пляжному туризму. Формат «все включено» забезпечує високий рівень витрат на тривалі подорожі, водночас зберігаючи доступність.

Незважаючи на рекордну кількість туристів, Франція має нижчі прибутки – 686 євро. Це пояснюється популярністю коротких подорожей (вихідного дня), значною часткою бюджетних туристів, а також великою кількістю студентів і молоді серед відвідувачів. Париж приваблює, але також є й багато доступних регіонів.

Греція, з показником 680 євро, приваблює туристів завдяки мальовничим островам, давній історії та теплому клімату. Основна маса туристів – з країн ЄС. Низькі показники частково зумовлені сезонністю, популярністю коротких поїздок і доступністю житла. Водночас держава активно працює над підвищенням якості послуг і розширенням сезонів.

Отже, у 2024 році найбільші туристичні прибутки на душу населення отримали економічно стабільні країни з розвинутою інфраструктурою, високим

рівнем сервісу та унікальними туристичними продуктами. США, Японія та Велика Британія демонструють преміальність, тоді як країни Південної Європи забезпечують масовість і стабільний обсяг прибутків завдяки поєднанню доступності та культурного різноманіття. Для збереження конкурентоздатності країни повинні інвестувати в нові формати туризму, цифрові сервіси, сталий розвиток і диверсифікацію пропозицій.

Рівень платоспроможності туристів також є ключовим показником економічної ефективності міжнародного туризму. Він відображає не лише загальний добробут мандрівників, а й потенціал країни для отримання прибутку від туристичних послуг. У 2024 році в умовах коливань світової економіки середні витрати туристів у провідних туристичних країнах зазнали помітних змін. Рисунок 2.6 демонструє динаміку середніх витрат туристів у країнах-лідерах.

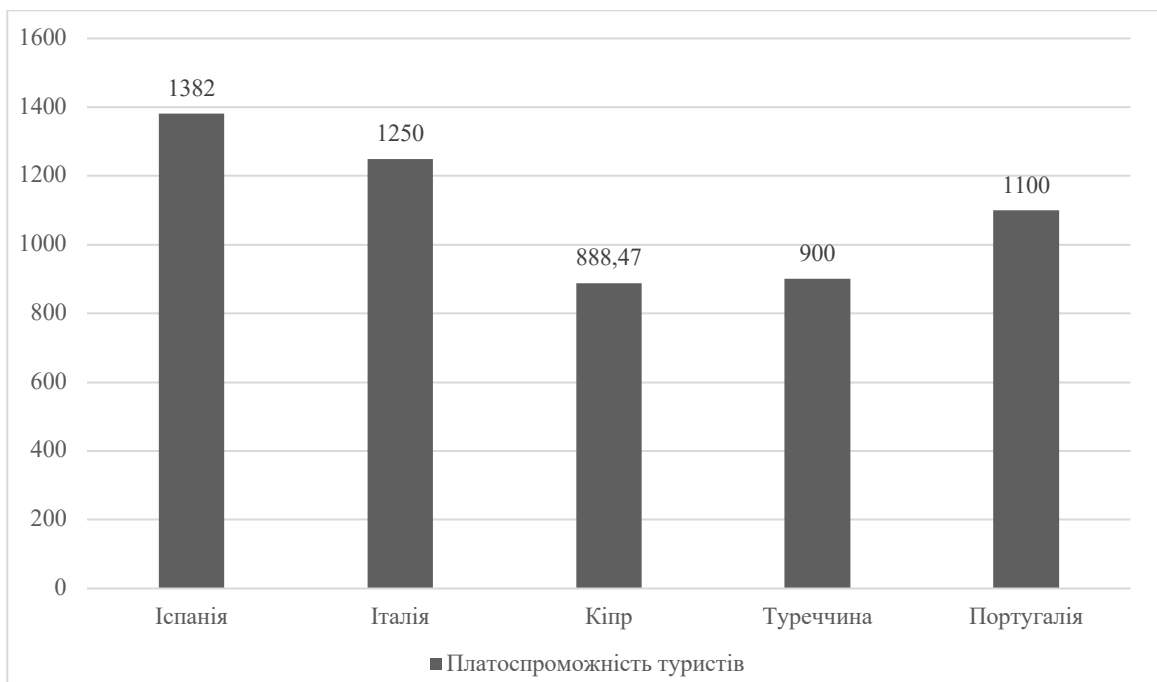


Рисунок 2.6 – Платоспроможність туристів у країнах-лідерах у 2024 р., євро

Джерело: побудовано автором на основі [44]

Таким чином, Іспанія зберігає позицію одного з беззаперечних лідерів. У 2024 році середні витрати на одного туриста склали приблизно 1 382 євро, що демонструє стабільний ріст (+1,7% порівняно з 2023 р.). Такий показник

зумовлений добре розвиненою інфраструктурою, високою якістю туристичних послуг, різноманітністю пропозицій (пляжний, культурний, гастрономічний туризм), а також зручним транспортним сполученням із багатьма країнами Європи та світу. Окрім того, значний внесок роблять туристи з країн з високою купівельною спроможністю (наприклад, Німеччина, Велика Британія, США).

Італія посідає високу позицію із **середніми витратами близько 1 250 євро на туриста**. Цей показник підтверджує привабливість країни як напрямку преміального туризму. Туристи активно витрачають кошти на культурні пам'ятки, гастрономічні тури, шопінг і події (фестивалі, спортивні заходи). Значну частку витрат формують перебування в історичних містах, де ціни є вищими, але й досвід – унікальним. Італія продовжує користуватись стабільним попитом як серед європейських, так і заокеанських туристів.

Кіпр зафіксував **середні витрати на рівні 888,47 євро на туриста**, що є високим показником для середземноморського регіону. Острів залишається привабливим завдяки сприятливому клімату, доступним перельотам, розвиненій готельній інфраструктурі та високому рівню безпеки. Особливо активно витрачають туристи зі Швейцарії, Великої Британії та Ізраїлю. Крім пляжного туризму, все більше популярності набирають медичний туризм і цифровий кочовий стиль життя, що також стимулює додаткові витрати.

Середні витрати в Туреччині становлять близько **900 євро на туриста**, що вказує на позитивну динаміку після пандемії. Туреччина приваблює великий обсяг туристів завдяки конкурентним цінам, якісному сервісу в готелях «all inclusive», а також широкому спектру історико-культурних пам'яток. Особливо помітний приплив туристів з країн Європи, арабських країн та Центральної Азії. Туреччина залишається конкурентоспроможною як за ціною, так і за якістю, що забезпечує стабільне зростання прибутків.

У Португалії середні витрати туристів у 2024 році склали близько **1 100 євро на особу**. Це один із найвищих показників у регіоні. Популярність країни пов'язана з розвитком сталого туризму, збалансованим співвідношенням ціни та якості, а також активною промоцією внутрішніх регіонів (Алгарве, Порту, Мадейра).

Витрати зростають завдяки акценту на гастрономії, еко-туризмі та винному туризмі, що привертає туристів із середнім і високим рівнем доходу.

Отже, аналіз середніх витрат туристів на душу населення у 2024 році демонструє, що **лідери європейського туризму зберігають високі позиції завдяки поєднанню якісної інфраструктури, багатой культурної спадщини, сприятливого клімату та ефективної державної політики у сфері туризму.** Витрати туристів відображають не лише популярність напрямку, а й цінову політику, сегментацію ринку та рівень обслуговування.

Водночас, виклики залишаються – зокрема, конкуренція з боку нових ринків, необхідність адаптації до змін клімату та підвищені очікування туристів. Для збереження лідерства країнам необхідно інвестувати в інновації, стійкий розвиток і персоналізовані послуги.

Оцінка ефективності міжнародного туризму дозволяє краще зрозуміти, які країни демонструють найбільші досягнення в цій сфері. Інструмент, який застосовується для вимірювання ефективності туризму на рівні країн, – це індекс Travel & Tourism Development Index (ТТСІ), який оцінює здатність країн розвивати та підтримувати туризм. Цей індекс враховує різні аспекти, такі як туристичні надходження, кількість туристів, рівень інфраструктури, безпека, екологічність та культурна спадщина.

На рис. 2.7 представлений рейтинг ТТСІ за 2024 рік. У рейтинг ТТДІ за 2024 р. потрапили найбільші економіки світу, що свідчить про високий рівень інфраструктури, інвестицій у туризм і стабільність в цих країнах.

На першому місці цього року знаходяться Сполучені Штати Америки з оцінкою 5,24. США традиційно займають лідируючі позиції завдяки потужному ринку послуг. Іспанія, яка посіла друге місце (5,18), також є популярним напрямом для туристів.

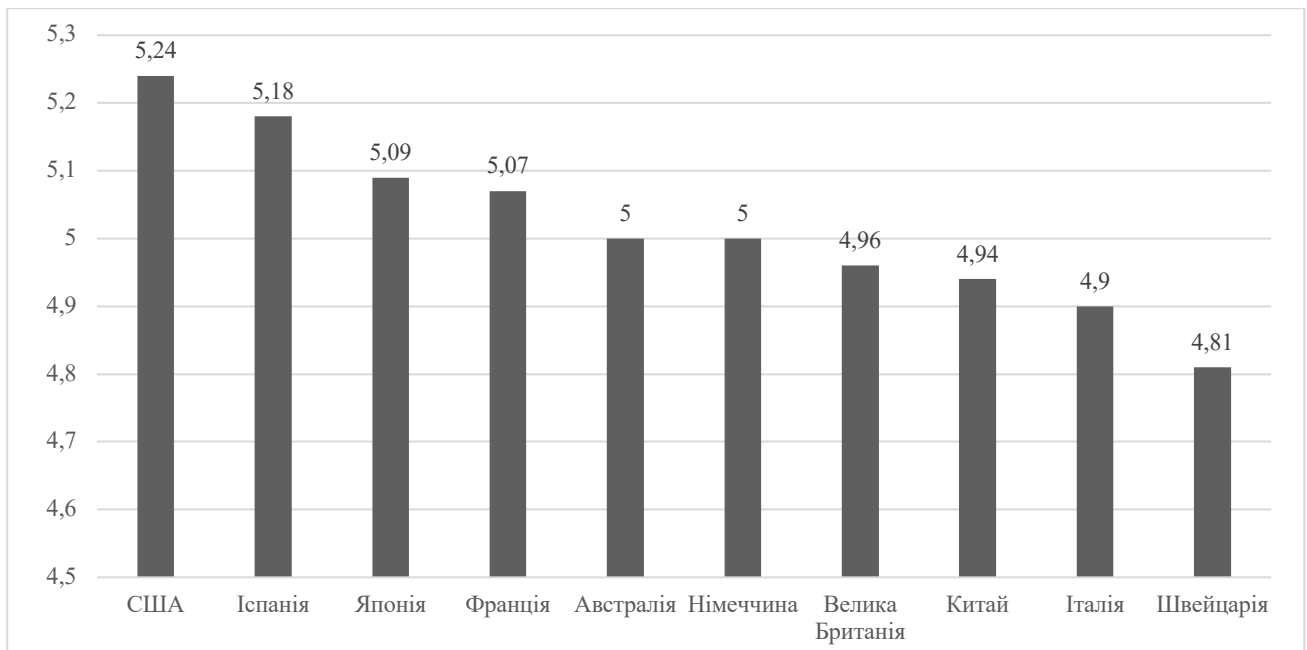


Рисунок 2.7 – Топ-10 країн за Індексом розвитку подорожей і туризму (оцінка TTDI) за 2024 рік

Джерело: розроблено автором на основі [42]

Японія (3-є місце, 5,09) продовжує бути лідером в Азії, забезпечуючи чудову туристичну інфраструктуру, інноваційні рішення у сфері гостинності та високий рівень безпеки для відвідувачів. Франція (4-е місце, 5,07) залишається одним із головних центрів туристичних потоків у Європі.

Австралія та Німеччина (5-е і 6-е місця, 5,00) мають високу стабільність у сфері туризму. Велика Британія (7-е місце, 4,96) є важливим напрямом для туристів, хоча на її позицію може впливати певна економічна нестабільність.

Китай, Італія та Швейцарія займають 8-ме, 9-те та 10-те місця відповідно. Китай продовжує збільшувати свою привабливість завдяки великим культурним і природним ресурсам, а Італія залишається важливим туристичним напрямом, що славиться своєю історією та архітектурою. Швейцарія, з її чудовими природними краєвидами, залишається популярною серед туристів, які шукають високоякісні послуги та унікальний досвід.

В цілому, топ-10 країн за індексом TTDI свідчить про високий рівень розвитку інфраструктури і туризму в цих країнах, що робить їх привабливими для мільйонів туристів з усього світу. Країни, що займають лідируючі позиції в TTDI,

є прикладами для інших національних економік, які прагнуть максимально ефективно використати потенціал туризму для сталого економічного розвитку.

Міжнародний туризм, попри свою величезну економічну вагу та значний внесок у розвиток багатьох країн, стикається з рядом серйозних викликів та загроз, які можуть вплинути на його подальший розвиток. Одним з найважливіших є кліматичні зміни, які безпосередньо загрожують туристичним ресурсам, таким як пляжі, коралові рифи, гірські регіони та інші природні пам'ятки. Підвищення рівня моря, зміни температури та екстремальні погодні явища можуть спричинити руйнування природних ландшафтів, що вплине на попит на туристичні послуги в цих регіонах. Зокрема, втрата коралових рифів або ерозія пляжів значно знизять привабливість традиційних туристичних напрямків.

Політична нестабільність є ще однією великою загрозою для міжнародного туризму. Війни, теракти, економічні санкції та зміни у внутрішній політиці країн можуть призвести до значних обмежень на подорожі або навіть повного припинення туристичного потоку. Така нестабільність не тільки знижує безпеку туристів, але й створює перешкоди для розвитку інфраструктури, що безпосередньо впливає на економіку. Наприклад, країни, що переживають збройні конфлікти, часто стикаються з економічною ізоляцією, що обмежує можливості для туристичної індустрії.

Пандемії, подібно до глобальної кризи, спричиненої COVID-19, підкреслюють ще один важливий виклик для туризму. Високий ризик повторення пандемій у майбутньому ставить питання про готовність галузі до кризових ситуацій та адаптацію до нових умов. Обмеження на міжнародні подорожі, закриття кордонів та вимоги щодо карантину створюють значні труднощі для туристичних компаній і туристів. Більше того, кризи такого масштабу можуть призвести до глибоких економічних потрясінь у багатьох країнах, що залежні від туризму як основного джерела доходу.

Перевантаження туристичних локацій (*overtourism*) є ще однією серйозною проблемою. Зростання кількості туристів, що відвідують популярні напрямки, часто призводить до деградації природних і культурних пам'яток. Пляжі,

історичні пам'ятки, національні парки та міста з високою туристичною привабливістю страждають від надмірного навантаження, що призводить до забруднення навколишнього середовища, пошкодження культурних об'єктів та зниження якості життя місцевих мешканців. Це викликає серйозні питання про стійкість таких напрямків та необхідність контролю за кількістю туристів.

Як було зазначено вище, необхідність сталого розвитку є важливою темою для майбутнього туризму. Це вимагає значних зусиль від урядів і бізнесу щодо впровадження політик, які сприяють сталому туризму та мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

Отже, виклики, що стоять перед міжнародним туризмом, потребують інтегрованого підходу до вирішення проблем, які виникають у зв'язку з екологічними, політичними та соціальними змінами. Важливими є як національні, так і міжнародні ініціативи щодо забезпечення сталого розвитку цієї галузі.

2.3. Моделі регулювання міжнародного туризму

Міжнародний туризм є важливою складовою економік розвинених країн. Успіх у цій сфері значною мірою визначається ефективною державною політикою та моделями регулювання туристичної діяльності. У розвинених країнах сформувались різні підходи до організації та підтримки міжнародного туризму.

Особливості регулювання туризму в розвинених країнах наведені у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Особливості регулювання туризму в деяких розвинених країнах

Країна	Інституційна підтримка	Стратегічне планування	Фінансова підтримка	Маркетинг та промоція	Регулювання якості послуг
Франція	Міністерство Економіки та Фінансів (департамент туризму)	Стратегія «France Tourisme Ingénierie»	Інвестиції у транспортну інфраструктуру, підтримка регіонів	Кампанії «Explore France», участь у міжнародних виставках	Система класифікації готелів, ліцензування гідів

продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6
Іспанія	Державне агентство TURESPAÑA	Стратегія сталого туризму 2030	Фонди ЄС для підтримки туристичних об'єктів	Активна промоція бренду Spain у Європі та США	Нормативи якості обслуговування, категоризація засобів розміщення
Німеччина	Федеральне міністерство економіки та захисту клімату	План дій «Національна туристична стратегія»	Державне співфінансування цифровізації у туризмі	Німецька національна туристична служба (DZT), брендинг Germany.travel	Дотримання європейських стандартів, сертифікація послуг
Італія	Міністерство туризму	«Piano Strategico del Turismo 2023–2027»	Державні та регіональні гранти, інвестування у культурні об'єкти	Програми «Italia Open to Meraviglia», реклама культурної спадщини	Законодавча база щодо категорій готелів, атестація екскурсіводів
США	Відсутність єдиного федерального міністерства, роль штатів	Туристичні стратегії на рівні штатів та міст	Податкові пільги, інвестиції через програми економічного розвитку	Brand USA – державна організація просування туризму	Добровільна сертифікація, дотримання стандартів безпеки та сервісу
Велика Британія	VisitBritain та DCMS (Міністерство цифрових технологій, культури, ЗМІ та спорту)	План розвитку туризму до 2030 року	Державне співфінансування інфраструктурних проєктів	Бренди VisitEngland, VisitScotland, активна діджитал-промоція	Стандарти якості «VisitEngland Ratings», ліцензії для туроператорів

Джерело: розроблено автором на основі [42]

Отже, однією з ключових умов ефективного управління галуззю є інституційна підтримка, яка передбачає створення спеціалізованих міністерств, державних агентств та туристичних рад, відповідальних за координацію і реалізацію державної політики в галузі туризму. Не менш важливою є наявність стратегічного планування. Більшість країн мають затверджені національні або

регіональні стратегії розвитку туризму, що враховують особливості внутрішнього ринку, глобальні виклики та перспективи сталого розвитку. Такі документи спрямовані на досягнення довгострокових цілей, зокрема диверсифікації туристичного продукту, розвитку інфраструктури та цифровізації галузі.

Фінансова підтримка є ще одним вагомим елементом ефективного регулювання. Уряди інвестують значні кошти у модернізацію туристичної інфраструктури, надають субсидії приватному сектору, стимулюють створення нових туристичних об'єктів і підтримують малий та середній бізнес у сфері туризму.

Країни також активно реалізують політику маркетингу та промоції, зокрема через створення національних туристичних брендів, участь у міжнародних виставках, рекламні кампанії за кордоном та розвиток онлайн-присутності. Така діяльність спрямована на формування позитивного іміджу країни, збільшення туристичних потоків і підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку.

Окрему увагу приділено регулюванню якості туристичних послуг. У багатьох країнах діють стандарти класифікації готелів, сертифікації туроператорів, вимоги до професійної підготовки гідів та екскурсоводів, що сприяє підвищенню рівня обслуговування та забезпеченню безпеки туристів.

Таким чином, регулювання туризму в розвинених країнах є багаторівневим і цілеспрямованим процесом, який поєднує державну політику, стратегічне бачення та практичні інструменти для підтримки та розвитку туристичної галузі.

У різних країнах світу застосовуються різні моделі регулювання міжнародного туризму, залежно від політичної, економічної та соціокультурної ситуації, а також від стратегічних цілей у сфері розвитку туристичної індустрії. У таблиці 2.5 представлені основні моделі, які активно використовуються у світовій практиці для організації та управління туристичними потоками.

Таблиця 2.5 – Основні моделі регулювання міжнародного туризму

Модель	Приклади країн	Характерні риси
Ліберальна модель	США, Канада, Австралія	- Мінімальне державне втручання. - Сприятливі умови для приватного бізнесу. - Акцент на маркетинг національних брендів (Brand USA). - Податкові пільги для інвесторів.
Партнерська модель	Велика Британія, Нідерланди, Нова Зеландія	- Держава і приватний сектор у форматі PPP. - Спільні туристичні проєкти. - Підтримка МСБ у туризмі.
Державоцентристська модель	Франція, Японія, Південна Корея	- Активне державне регулювання. - Національні туристичні агентства (Atout France, JNTO). - Субсидії для авіакомпаній, культурних ініціатив.
Інтеграційна модель	Країни ЄС	- Туристична політика на рівні ЄС (Єврокомісія, COSME, EDEN). - Єдині стандарти якості та безпеки. - Спільні рекламні кампанії («Europe: Wonder is All Around»).

Джерело: розроблено автором на основі [42]

Так, у таблиці відображено чотири основні моделі: ліберальну, партнерську, державоцентристську та інтеграційну, кожна з яких має свої особливості у плані регулювання, маркетингових кампаній, підтримки інвесторів та малого та середнього бізнесу, а також забезпечення високих стандартів якості та безпеки в туризмі. Ліберальна модель, що характеризується мінімальним державним втручанням, сприяє розвитку приватного бізнесу, особливо у таких країнах, як США, Канада та Австралія. Партнерська модель, яка передбачає активну співпрацю держави та приватного сектору, зокрема у Великій Британії та Нідерландах, дозволяє створювати спільні проєкти, що підтримують розвиток малого та середнього бізнесу в туризмі.

Державоцентристська модель, застосовувана в таких країнах, як Франція та Японія, передбачає значне державне регулювання та підтримку національних туристичних агентств, що сприяє формуванню стабільної інфраструктури

туризму. Інтеграційна модель, яка є характерною для країн ЄС, забезпечує єдині стандарти якості та безпеки, а також сприяє спільним рекламним кампаніям на міжнародному рівні, що підвищує конкурентоспроможність європейського туризму в глобальному контексті.

Таким чином, кожна модель має свої переваги та особливості, а їх застосування визначається конкретними умовами і потребами держав, що прагнуть оптимізувати розвиток своєї туристичної галузі на міжнародній арені. Моделі регулювання міжнародного туризму мають значний вплив на ефективність туристичних систем у різних країнах. Розглянемо вплив кожної з цих моделей на міжнародний туризм.

Країни, що використовують ліберальну модель регулювання туризму зазвичай мають високий рівень гнучкості в адаптації до змін на міжнародному туристичному ринку. Мінімальне державне втручання дозволяє приватному сектору активно реагувати на попит та пропозицію, що створює умови для швидкої адаптації до нових тенденцій, таких як технологічні інновації або зміни у споживчих вподобаннях.

Ліберальна модель акцентує увагу на сприянні приватним підприємствам, стимулюючи розвиток конкуренції. Це дозволяє створювати більш інноваційні і цікаві туристичні продукти, що є привабливими для іноземних туристів. Оскільки державне регулювання обмежене, більшу роль у формуванні політики відіграють приватні організації та інвестиційні компанії, що дозволяє активно залучати капітал та швидко реалізовувати нові ідеї.

Одним із важливих аспектів ліберальної моделі є маркетинг національних брендів, таких як Brand USA або Australia.com. Ці кампанії сприяють популяризації країни як туристичної дестинації, що, у свою чергу, збільшує приток іноземних туристів. Приватний сектор, спільно з державними органами, активно працює над просуванням цієї брендової ідентичності, що забезпечує країнам, які застосовують ліберальну модель, високий рівень туристичної привабливості.

Державоцентристські підходи дозволяють забезпечити більш суворий

контроль якості та безпеки у туристичній сфері. Високе державне регулювання та підтримка національних туристичних агентств, таких як Atout France та Japan National Tourism Organization (JNTO), дають змогу більш ефективно координувати діяльність у галузі туризму, встановлювати жорсткі стандарти та забезпечувати їх дотримання.

У цих країнах уряд активно втручається у процеси розвитку туристичної інфраструктури, що забезпечує стабільність та якість на всіх етапах туристичного сервісу, від транспорту до готельного обслуговування. Наприклад, державні субсидії для авіакомпаній та культурних ініціатив дозволяють знижувати витрати та стимулювати розвиток нових туристичних продуктів, що приваблюють міжнародних туристів. Завдяки такому підходу, державоцентристські моделі допомагають країнам забезпечувати високу репутацію у сфері безпеки та якості обслуговування. Це створює конкурентні переваги для таких країн на глобальному ринку туризму, адже туристи надають перевагу країнам з чіткими стандартами якості та безпеки.

Партнерські моделі сприяють рівномірному розвитку туристичних регіонів. Основною особливістю цієї моделі є співпраця між державними органами та приватним сектором (модель PPP – публічно-приватне партнерство), що дозволяє створювати спільні проекти, спрямовані на розвиток туристичної інфраструктури та залучення інвестицій.

Державна підтримка у партнерських моделях часто спрямована на стимулювання малого та середнього бізнесу (МСБ), що дозволяє збільшити кількість доступних туристичних послуг на місцевому рівні. Це допомагає створити більшу різноманітність туристичних продуктів та послуг, що є важливим фактором для залучення туристів не лише до великих мегаполісів, але й до віддалених або менш розвинених регіонів.

Партнерські моделі також заохочують залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру, що дозволяє місцевим громадам створювати нові туристичні привабливості та покращувати обслуговування гостей. Це дозволяє знизити залежність від центрального уряду та забезпечити сталий розвиток регіонального

туризму, сприяючи рівномірному розподілу туристичних потоків.

Інтеграційна модель регулювання має суттєвий вплив на конкурентоспроможність регіонів на міжнародному ринку. Завдяки єдиній політиці ЄС у сфері туризму, країни-члени інтегруються в глобальні туристичні процеси, реалізуючи спільні проекти та кампанії. Наприклад, спільні рекламні кампанії, такі як «Europe: Wonder is All Around», дають змогу підвищити привабливість Європи як туристичного регіону.

Інтеграційна модель також забезпечує гармонізацію стандартів якості та безпеки на рівні всього ЄС, що сприяє створенню єдиних правил та регламентів для туристичних послуг. Це дозволяє туристам з усього світу почуватися комфортно, адже вони можуть бути впевнені, що стандарти обслуговування в різних країнах ЄС відповідають високим вимогам.

Інтеграція дозволяє країнам ЄС ефективно використовувати свої конкурентні переваги, що робить Європу більш привабливою для туристів порівняно з іншими регіонами світу. Спільні дії країн ЄС у сфері туризму також сприяють створенню нових туристичних маршрутів, що об'єднують кілька країн, тим самим збільшуючи потік туристів до всього регіону.

Отже, моделі регулювання міжнародного туризму в розвинених країнах відрізняються за рівнем державної участі, партнерства з приватним сектором та інтеграцією на регіональному рівні. Успішні практики показують, що баланс між свободою бізнесу та ефективною державною підтримкою є запорукою динамічного розвитку туристичної галузі. В умовах глобальних змін країнам доведеться адаптувати свої моделі для забезпечення стійкого, інклюзивного й безпечного туризму.

РОЗДІЛ 3

ІНСТРУМЕНТИ І МЕХАНІЗМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОСТВОЄННИЙ ЧАС

3.1. Сучасний стан розвитку міжнародного туризму в Україні

Міжнародний туризм є важливою складовою економіки України, що сприяє розвитку інфраструктури, створенню робочих місць та залученню інвестицій. Однак, з початком повномасштабного вторгнення росії в лютому 2022 року, туристична галузь зазнала значних втрат. У 2023 році спостерігалось поступове відновлення, а 2024 рік став періодом адаптації та пошуку нових можливостей для розвитку.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму України, війна призвела до скорочення в'їзного туризму на 85%. Прогнозовані втрати доходів від туризму до 2030 року оцінюються в 12,7 млрд дол. США (рис. 3.1), а кількість втрачених робочих місць у галузі може перевищити 710 тис. осіб.

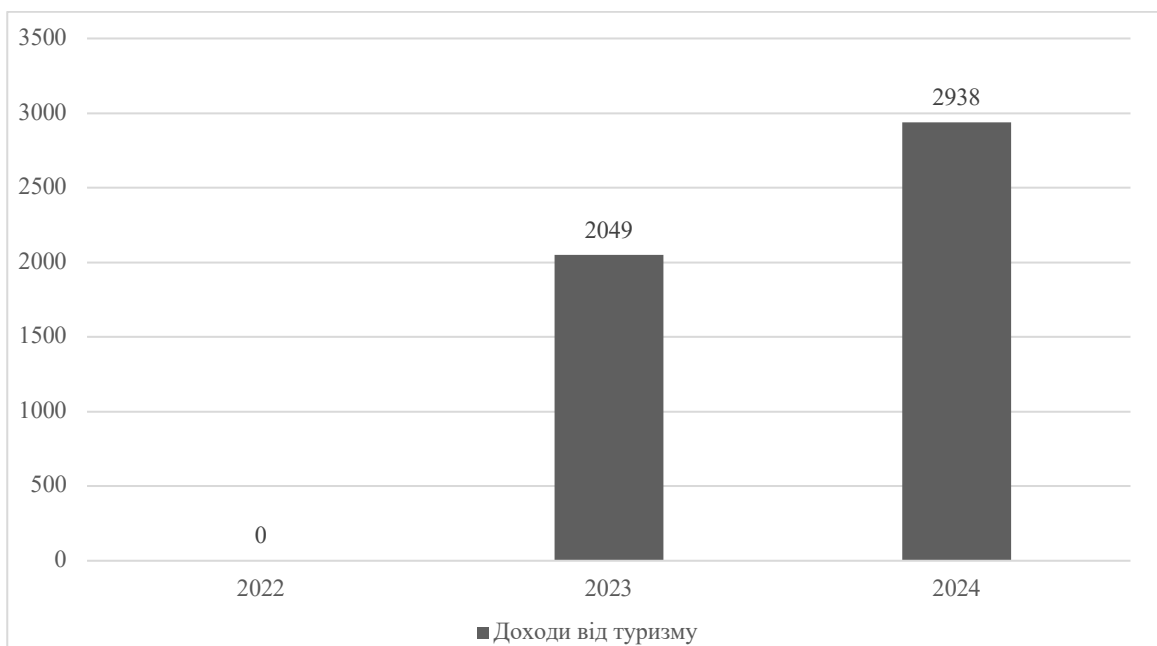


Рисунок 3.1 – Доходи від туризму в Україні за 2022-2024 рр., млрд грн

Джерело: побудовано автором на основі [4; 5]

До 2034 року загальна кількість робочих місць зросте до 1 мільйона, що на 540 000 робочих місць менше, ніж за безвоєнним сценарієм. Масштабні інвестиції в розвиток нових активів або приватизацію державних активів були припинені або відкладені, що призвело до втрачених можливостей для зростання.

Попри труднощі, внутрішній туризм в Україні демонструє позитивну динаміку. У 2023 році податкові надходження від туристичної галузі зросли на 3,2% порівняно з 2022 роком. У 2024 році спостерігається подальша позитивна тенденція порівняно з попередніми роками. Незважаючи на складні умови, численні регіони змогли покращити свої результати, а деякі навіть перевершили довоєнні показники (Додаток В). Найбільший ріст податкових надходжень спостерігається в Києві, який у 2024 році сплатив 389,9 млн грн, що на 15% більше порівняно з 2021 роком. Львівська область стала справжнім лідером, сплативши 194,8 млн грн у перші два квартали 2024 року, що більш ніж удвічі перевищує рівень 2021 року. Івано-Франківська область продемонструвала вражаючий ріст, досягнувши 119,5 млн грн у 2024 році порівняно з 65 млн грн у 2021 році. Закарпаття також збільшило податкові надходження до 52,2 млн грн, що вдвічі більше за результат 2021 року. Одеська область, хоча й показала помітне зростання податків порівняно з 2023 роком, все ж таки не змогла досягти рівня 2021 року – 60,6 млн грн проти 241,8 млн грн. Це свідчить про значне зниження активності в одному з провідних курортних регіонів країни через безпекові ризики [12].

У 2023–2024 роках в Україні спостерігалось зростання інтересу до екологічного та агротуризму. Карпатський регіон та Полісся стали популярними серед туристів, які шукають спокійний відпочинок на природі. Розвиваються фермерські господарства, етнопарки та органічні господарства, що сприяє розвитку сільських територій та підтримці місцевої економіки.

Незважаючи на позитивні тенденції, туристична галузь України стикається з низкою викликів. Серед них – безпекова ситуація, руйнування інфраструктури, відсутність значних іноземних інвестицій та нестабільність валютного ринку. Проте, з урахуванням потенціалу внутрішнього туризму та підтримки з боку

держави та міжнародних партнерів, є можливість для поступового відновлення та розвитку галузі.

Отже, міжнародний туризм в Україні зазнав значних втрат у 2022 році через повномасштабне вторгнення росії. Однак, у 2023-2024 роках спостерігалось поступове відновлення внутрішнього туризму, що стало можливим завдяки розвитку нових напрямків та підтримці з боку держави. У 2025 році галузь продовжує адаптуватися до нових умов, зокрема через розвиток екологічного та агротуризму.

3.2. Механізми і інструменти конвергенції міжнародного туризму в поствоєнний період

Конвергенція, як процес інтеграції та зближення економічних, соціальних і політичних систем, є ключовим аспектом відновлення після війни. Вона передбачає не лише відновлення інфраструктури та економічних зв'язків, але й інтеграцію держави до міжнародних економічних, політичних і культурних структур. У поствоєнний період механізми та інструменти конвергенції відіграють критичну роль у відновленні стабільності, залученні інвестицій та створенні умов для сталого розвитку. У цьому контексті важливими є питання про те, як країна може інтегруватися у світову економіку, відновити взаємозв'язки на міжнародній арені і стабілізувати соціально-економічну ситуацію всередині країни.

Після завершення війни Україні доведеться зіштовхнутися з численними викликами у процесі відновлення та розвитку її економіки, інфраструктури та соціальних систем. Одним із ключових аспектів цієї відновлювальної трансформації стане механізм конвергенції – процес наближення українських економічних і соціальних систем до стандартів та рівня розвитку розвинутих країн [17].

В економічному контексті конвергенція передбачає зростання економічних показників країн, які спочатку мали різні рівні розвитку, в результаті чого менш розвинені економіки починають нагадувати більш розвинені. Такий процес відбувається через ряд механізмів, серед яких ключовими є:

- **Інституційна конвергенція**, яка передбачає впровадження норм і стандартів, що дозволяють країнам досягти сталого розвитку і взаємодії на глобальному рівні.
- **Економічна конвергенція**, що включає зближення рівнів доходів, економічних індикаторів, інтеграцію в міжнародні економічні системи та зростання інвестицій.
- **Соціальна конвергенція**, що відображає розвиток соціальних стандартів і культурних практик, взаємодію між різними соціальними групами.

У поствоєнний період відновлення конвергенції є складним і багатогранним процесом, який потребує активних зусиль з боку уряду, міжнародних організацій та приватного сектору. Один із основних механізмів конвергенції – це економічні реформи, які мають на меті стабілізацію фінансової системи України, підвищення ефективності виробництва та стимулювання інвестицій. Це включає в себе:

- **Макроекономічну стабілізацію**: після війни Україна має стабілізувати свою валюту, знизити рівень інфляції та дефіциту бюджету, щоб забезпечити умови для економічного росту.
- **Реформа ринку праці**: важливим елементом є створення гнучкого та ефективного ринку праці, що дозволить скоротити безробіття, залучити інвестиції та стимулювати економічне зростання.
- **Податкова реформа**: спрощення та удосконалення податкової системи дозволить залучити міжнародні інвестиції та сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу.
- Конвергенція в інституційній сфері передбачає адаптацію українських інститутів до міжнародних стандартів:
- **Реформа судової системи**: для забезпечення верховенства права та гарантій прав власності важливим інструментом є реформа судової системи, що

включає боротьбу з корупцією, підвищення незалежності суддів та доступності правосуддя.

- **Модернізація державного управління:** відновлення після війни потребує ефективних органів державної влади, здатних забезпечити якісне управління економікою, соціальними процесами та зовнішніми відносинами.
- **Реформа правоохоронних органів:** створення справедливих і ефективних органів правопорядку є важливим кроком для забезпечення стабільності та безпеки в країні.

Невід’ємною частиною конвергенції є забезпечення соціального добробуту громадян. У цьому контексті пропонуємо таке:

- **Освітня реформа:** Україна повинна забезпечити доступність освіти для всіх верств населення, модернізувати освітні програми та інтегрувати сучасні технології, щоб відповідати міжнародним стандартам.
- **Охорона здоров’я:** покращення системи охорони здоров’я є важливою складовою конвергенції. Вона повинна забезпечити доступ до якісних медичних послуг для всіх громадян і знижувати навантаження на державний бюджет.
- **Соціальне забезпечення:** після війни необхідно відновити систему соціального забезпечення, яка гарантує належну підтримку для малозабезпечених верств населення, осіб з інвалідністю та інших вразливих груп.
- Одним із важливих інструментів конвергенції є залучення іноземних інвестицій та підтримка інноваційного розвитку:
- **Підтримка стартапів і інноваційних підприємств:** інвестиції в технології та наукові дослідження є ключем до розвитку високотехнологічних секторів економіки та зменшення залежності від традиційних галузей.
- **Інфраструктурні інвестиції:** відновлення інфраструктури, зокрема транспорту та енергетики, є необхідним для стимулювання економічного зростання та інтеграції країни в міжнародні торговельні мережі.

- **Створення сприятливого бізнес-клімату:** для залучення інвестицій Україна повинна забезпечити прозорі правила для ведення бізнесу, захист прав інвесторів та зниження адміністративних бар'єрів.

Відбудова України після війни потребує адаптації найкращих практик з європейського досвіду. Це включає в себе інтеграцію в європейські економічні структури, участь у спільних програмах з фінансування відновлення, зокрема через механізми Європейського Союзу. Програми, як-от *Європейський фонд регіонального розвитку* чи *Європейський інвестиційний банк*, можуть стати важливими інструментами для фінансування відновлення інфраструктури та розвитку нових індустрій.

Для ефективної конвергенції після війни Україні необхідно активно залучати міжнародні інвестиції, використовуючи як інструменти міжнародні фонди та програми підтримки. Наприклад, програми відновлення, які фінансуються через міжнародні організації, можуть стати важливими джерелами для фінансування будівництва та модернізації інфраструктури.

Отже, конвергенція України до стандартів розвинених країн у поствоєнний період вимагає комплексного підходу, що включає економічні реформи, соціальне відновлення, інституційні зміни та залучення інвестицій. Важливим елементом цього процесу є використання міжнародного досвіду та підтримка з боку міжнародних партнерів. Система конвергенції має стати основою для стабільного розвитку України, відновлення її економічного потенціалу та інтеграції в глобальні економічні структури.

Прогнози щодо конвергенції України у поствоєнний період наведені у табл. 3.1 і базуються на аналізі звітів Світового банку, Міністерства розвитку громад та територій України і Центру економічної стратегії.

Таблиця 3.1 – Прогнози щодо конвергенції України у поствоєнний період

Напрямок	Прогнози
Економічне зростання та стабільність	Прогнозується економічне зростання через 5-10 років після відновлення, але з можливими проблемами на початковому етапі. Основними факторами будуть реформи, відновлення інфраструктури та залучення інвестицій.

продовження таблиці 3.1

1	2
Інвестиційна привабливість	Очікується залучення інвестицій, але важливими факторами будуть боротьба з корупцією та політична стабільність. Інвестори будуть спостерігати за розвитком правової системи та макроекономічним середовищем.
Розвиток інфраструктури	Очікується активне залучення міжнародних інвестицій для відновлення критичної інфраструктури, зокрема транспорту, енергетики та комунікацій. Реконструкція та модернізація будуть важливими етапами відновлення.
Соціальне відновлення та якість життя	Прогнозується покращення якості соціальних послуг через реформи в освіті, охороні здоров'я та соціальній сфері, але в перші роки після війни можуть спостерігатися проблеми через велике навантаження на служби.
Інституційні зміни та реформи	Очікується продовження інституційних реформ у судовій та правоохоронній системах, що дозволить створити стабільну політичну ситуацію та покращити правову ситуацію для інвесторів.
Екологічні проблеми та сталий розвиток	Прогнозується активне відновлення екосистем і розвиток зелених технологій, зокрема інтеграція у міжнародні ініціативи зі зміни клімату та збереження природних ресурсів.
Інтеграція з ЄС та міжнародні економічні структури	В Україні прогнозується поступове наближення до стандартів ЄС та виконання умов асоціації. Підвищення фінансової інтеграції і розвиток торгівлі будуть ключовими напрямками.
Політична стабільність та безпека	Прогнозується необхідність стабільності в політичній ситуації та забезпечення національної безпеки, зокрема у контексті відновлення країни та забезпечення верховенства права.

Джерело: побудовано автором на основі [13; 16; 41]

Прогнози щодо конвергенції України у поствоєнний період вказують на те, що країна має значний потенціал для відновлення і розвитку. Основними факторами успішної конвергенції є економічні реформи, стабільність політичної ситуації, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури та соціальних послуг, а також інтеграція в міжнародні економічні структури. Однак для досягнення стійкого розвитку необхідно буде впроваджувати глибокі й комплексні реформи, а також активно співпрацювати з міжнародними партнерами для забезпечення фінансової та технічної підтримки відновлення країни.

ВИСНОВКИ

За результатами досліджень, проведених в роботі, можна зробити такі висновки.

1. Аналіз наукової літератури дав змогу виявити суть, значення та особливості диверсифікації міжнародного туризму. Диверсифікація в міжнародному туризмі є однією з ключових стратегій адаптації до мінливих умов ринку. Вона дозволяє зменшити ризики, пов'язані з економічною чи політичною нестабільністю, розширити коло споживачів і підвищити ефективність туристичної діяльності. Успішна диверсифікація вимагає системного підходу, аналізу ринку, врахування культурних особливостей, використання новітніх технологій та орієнтації на сталий розвиток. У майбутньому саме здатність до гнучкої диверсифікації визначатиме життєздатність туристичних компаній та конкурентоспроможність країн на світовому туристичному ринку.

2. На основі дослідження спеціальної літератури біло вивчено еволюцію розвитку міжнародного туризму. Еволюція міжнародного туризму – це історія поступового переходу від поодиноких релігійних та дипломатичних подорожей до глобального багатомільярдного ринку. Туризм став не лише економічним феноменом, а й соціальним, культурним, екологічним явищем. Він відображає рівень розвитку суспільства, його відкритість, рівень довіри, бажання до пізнання світу. У XXI столітті міжнародний туризм продовжує трансформуватися, пристосовуючись до викликів часу: війни, пандемії, кліматичні зміни, цифрові революції. Проте незмінним залишається головне – туризм є потужним засобом міжкультурного діалогу, розвитку економіки і зміцнення взаєморозуміння між народами.

3. Вивчення наукових джерел дозволило визначити методи дослідження ефективності. Дослідження ефективності міжнародного туризму є багатокомпонентним процесом, що вимагає комплексного підходу. Використання економічних, статистичних, соціологічних і якісних методів дозволяє глибоко

проаналізувати стан туристичної сфери, виявити резерви для її розвитку, оптимізувати стратегічні рішення. Особливу увагу слід приділяти не лише економічним показникам, а й соціально-культурним, екологічним аспектам діяльності в туризмі.

5. Аналіз сучасного стану міжнародного туризму в глобальній економіці показав, міжнародний туризм є одним із найдинамічніших секторів світової економіки. Після серйозного спаду у 2020–2021 роках через COVID-19, відбувається поступове відновлення сектору. За даними UNWTO, у 2022 році кількість міжнародних подорожей зросла на 60%–70% у порівнянні з 2021 роком. Стрімке відновлення спостерігалось у Європі, Азії та Америці. Хоча країни-лідери в галузі міжнародного туризму демонструють потужний економічний і соціальний потенціал, проте водночас стикаються зі спільними викликами. Для подальшого розвитку туризму їм необхідно адаптуватися до нових глобальних трендів – сталості, цифровізації, децентралізації туристичних потоків.

6. У роботі було оцінено країнові диференціації. Найбільші обсяги міжнародного туристичного потоку зосереджено у кількох провідних країнах, серед яких безумовними лідерами залишаються **Франція, Іспанія, США, Китай, Італія та Туреччина**. Ці країни посідають провідні позиції завдяки поєднанню потужної туристичної інфраструктури, різноманіття туристичних продуктів та активної державної підтримки туризму. Топ-10 країн за індексом ТТДІ свідчить про високий рівень розвитку інфраструктури і туризму в цих країнах, що робить їх привабливими для мільйонів туристів з усього світу. Країни, що займають лідируючі позиції в ТТСІ, є прикладами для інших національних економік, які прагнуть максимально ефективно використати потенціал туризму для сталого економічного розвитку.

7. Дослідження моделей регулювання дозволило зробити висновок про те, що однією з ключових умов ефективного управління галуззю є інституційна підтримка, яка передбачає створення спеціалізованих міністерств, державних агентств та туристичних рад, відповідальних за координацію і реалізацію державної політики в галузі туризму. Не менш важливою є наявність

стратегічного планування. Більшість країн мають затверджені національні або регіональні стратегії розвитку туризму, що враховують особливості внутрішнього ринку, глобальні виклики та перспективи сталого розвитку. Моделі регулювання міжнародного туризму в розвинених країнах відрізняються за рівнем державної участі, партнерства з приватним сектором та інтеграцією на регіональному рівні. Успішні практики показують, що баланс між свободою бізнесу та ефективною державною підтримкою є запорукою динамічного розвитку туристичної галузі. В умовах глобальних змін країнам доведеться адаптувати свої моделі для забезпечення стійкого, інклюзивного й безпечного туризму.

8. Було діагностовано сучасний стан розвитку міжнародного туризму в Україні. З початком повномасштабного вторгнення росії в лютому 2022 року, туристична галузь зазнала значних втрат. Однак, у 2023-2024 роках спостерігалось поступове відновлення внутрішнього туризму, що стало можливим завдяки розвитку нових напрямків та підтримці з боку держави. У 2025 році галузь продовжує адаптуватися до нових умов, зокрема через розвиток екологічного та агротуризму.

9. На основі проведеного дослідження було обґрунтовано механізми і інструменти конвергенції у поствоєнний період. Конвергенція України до стандартів розвинених країн у поствоєнний період вимагає комплексного підходу, що включає економічні реформи, соціальне відновлення, інституційні зміни та залучення інвестицій. Прогнози щодо конвергенції України у поствоєнний період вказують на те, що країна має значний потенціал для відновлення і розвитку. Основними факторами успішної конвергенції є економічні реформи, стабільність політичної ситуації, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури та соціальних послуг, а також інтеграція в міжнародні економічні структури. Однак для досягнення стійкого розвитку необхідно буде впроваджувати глибокі й комплексні реформи, а також активно співпрацювати з міжнародними партнерами для забезпечення фінансової та технічної підтримки відновлення країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 21–27.
2. Височан О. С. Туризм як система. *Вісник Національного університету Львівська політехніка*. 2014. № 797. С. 25-38.
3. Гаагская декларация по туризму от 14 апреля 1989 года. *Правове регулювання туристичної діяльності в Україні*. 2002. Вип 34. С. 63-68.
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>.
6. Джинджоян В.В., Корнєєв М.В., Ходак О.В., Небаба Н.О. Економіка та менеджмент міжнародного туризму: навч. посіб. Київ : Видавництво "Каравела", 2024. 376 с.
7. Дребот О. І., Бабікова К. О. Сучасний стан та розвиток міжнародного туризму. *Збалансоване природокористування*. 2020. № 2. С. 37–45.
8. Костинець Ю.В., Костинець В.В., Шевченко О.О. Розвиток туризму України в умовах війни. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 3 (261).
9. Краснокутська Ю., Сегеда І., Безпалова А. Післявоєнне відновлення туристичної індустрії України в контексті сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № (56). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-88>.
10. Мальська М. П., Антонюк Н. В, Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. Київ : Знання, 2008. 661 с.
11. Манильская декларация по мировому туризму : принята Всемир. конф. по туризму в 1980 г. *Правове регулювання туристичної діяльності в Україні*. 2002. Вип 34. С. 53-57.
12. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/>.
13. Міністерство розвитку громад та територій України. URL:

<https://mindev.gov.ua/>.

14. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.

15. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 1. С. 21–29.

16. Центр економічної стратегії. URL: <https://ces.org.ua/>.

17. Червінська Т.М. Тенденції розвитку українського туризму в умовах війни. Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком соціально-економічних систем» (м. Харків, 21-22 березня 2024 р.). Харків: ДБТУ, 2024. Ч.2. С.723-729.

18. Якубовський С., Кириченко О. Стан і перспективи розвитку індустрії туризму в Україні в умовах глобальних викликів. *Економіка та суспільство*. 2024. №67. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.

19. Alam J., Alam Q. N., Kalam A. Prospects and Challenges for Sustainable Tourism: Evidence from South Asian Countries. *arXiv preprint arXiv:2211.03411*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2211.03411>.

20. [Bhatia](#) A. K. *Tourism Development: Principles and Practices*. Sterling Publishers Pvt. Ltd, 2002. 424 p.

21. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill, S. *Tourism Principles and Practice*. Harlow: Pearson Education Limited, 2008.

22. Dorta-González P., González-Betancor S. M. Employment in Tourism Industries: Are there Subsectors with a Potentially Higher Level of Income? *arXiv preprint arXiv:2111.06633*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2111.06633>.

23. Georgios G. Preliminary Results on the Employment Effect of Tourism: A Meta-Analysis. *arXiv preprint arXiv:2206.00174*. 2022. P. 1–15.

24. Gössling S., Scott D. Climate change and tourism geographies. *Tourism Geographies*. 2024. **Volume 26**, **Issue 3**. DOI: [10.1080/14616688.2024.2332359](https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2332359)tandfonline.com.

25. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. №29(1). P. 1-20.
26. Gunn C. A. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Taylor & Francis Books, Inc., 2002.
27. Hall C. M., Page S. J. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Routledge, 2014. 470 p.
28. IBISWorld. URL: <https://www.ibisworld.com/>.
29. Kalantzi O., Tsiotas D., Polyzos S. The Contribution of Tourism in National Economies: Evidence of Greece. *arXiv preprint arXiv:2302.13121*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.13121>.
30. Lee J. W., Brahmastre T. Investigating the influence of tourism on economic growth and carbon emissions. *Evidence from panel analysis of the European Union : Tourism management* 2013. № 38. P. 69-76.
31. Novy A., Taylor K. Tourism, Regional Development and Economic Resilience: Evidence from European Regions. *Regional Studies*. 2022. №56(8). P. 1436-1448.
32. Orlova V., Pobihun S., Makarenko A. Economic Analysis of the Impact of Crises on International Tourism. *Futurity Proceedings*. 2020. URL: <https://futurity-proceedings.com/index.php/home/article/view/82>.
33. Petkovic G., Pindzo R. Tourism and new economic challenges. *Journal of the Serbian Association of Economists*. 2012. № 60 (1-2). P. 117-126.
34. Roman M., Roman M., Niedziółka A. Spatial Diversity of Tourism in the Countries of the EU. *Sustainability*, 2020. № 12 (7). P. 2713-2729.
35. Statista. URL: <https://www.statista.com/>.
36. Travel & Tourism Economic impact world. URL: <http://www.wttc.org>.
37. [UNESCO](https://www.unesco.org/). URL: <https://www.unesco.org/>.
38. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/>.
39. Walker R., Harding K. Tourism Part 1. Student's book. Great Britain: Pearson Education limited, 2015. 179 p.

40. Wall G., Mathieson A. *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*. London : Pearson Education, 2006.
41. World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/>.
42. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/>.
43. World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>.
44. World Travel & Tourism Council. URL: <https://wttc.org/>.
45. Yang S., Liu Y., Chen X. *The Impact of Tourism Development on Economic Growth: Evidence from China*. *Sustainability*. 2021. №13(7). P. 3773.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Огляд зарубіжної літератури

1. Gössling S., Scott D. Climate change and tourism geographies. *Tourism Geographies*. 2024. Volume 26, Issue 3. DOI: [10.1080/14616688.2024.2332359](https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2332359)tandfonline.com.

This article explores how climate change is reshaping the geographies of global tourism. Gössling and Scott analyze the redistribution of tourism flows caused by climate variability, increased extreme weather events, and changing environmental conditions. The paper emphasizes the vulnerability of popular destinations and the need for both adaptation and mitigation strategies in tourism planning. Furthermore, it discusses the broader implications of climate change on tourism sustainability, destination management, and policy development. The authors highlight the urgency of integrating climate considerations into tourism geographies to ensure long-term sector resilience..

2. Roman M., Roman M., Niedziółka A. Spatial Diversity of Tourism in the Countries of the EU. *Sustainability*, 2020. № 12 (7). P. 2713-2729.

This article explores the spatial diversity of tourism across European Union countries, examining the varying patterns and impacts of tourism on different regions. The authors analyze how geographical, economic, and social factors influence the development and sustainability of tourism in the EU. The study highlights the disparities between Western and Eastern European countries, with a focus on the challenges and opportunities that arise in less developed regions. It also addresses the role of tourism in regional development, emphasizing the importance of sustainable practices to ensure long-term benefits. The article provides insights into how tourism can contribute to the economic and social cohesion of the EU, while also underlining the need for policies

that support balanced tourism growth across the continent.

3. Kalantzi O., Tsiotas D., Polyzos S. The Contribution of Tourism in National Economies: Evidence of Greece. *arXiv preprint arXiv:2302.13121*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.13121>.

The tourism industry is considered one of the fastest-growing sectors of the global economy and a key contributor to GDP, employment, and investment. This paper examines the contribution of tourism to the Greek economy using a time series analysis from 2000 to 2019. By analyzing key macroeconomic indicators, such as GDP, employment rates, and investments in the tourism sector, the study identifies the structural role of tourism in national economic performance. The results highlight the resilience and stabilizing influence of tourism during economic crises, confirming its strategic importance in policy planning and economic recovery efforts.

4. Alam J., Alam Q. N., Kalam A. Prospects and Challenges for Sustainable Tourism: Evidence from South Asian Countries. *arXiv preprint arXiv:2211.03411*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2211.03411>.

Sustainable tourism is a crucial component for economic development and environmental preservation in South Asia. This paper investigates the opportunities and constraints in promoting sustainable tourism in countries such as India, Bangladesh, Nepal, and Sri Lanka. Using qualitative and quantitative methods, the study identifies challenges like infrastructure deficits, political instability, and lack of skilled labor. Simultaneously, it highlights potential areas for growth, including eco-tourism, community participation, and regional cooperation. The findings aim to guide policymakers in implementing effective strategies for sustainable tourism development in the region.

5. Dorta-González P., González-Betancor S. M. Employment in Tourism Industries: Are there Subsectors with a Potentially Higher Level of Income? *arXiv preprint arXiv:2111.06633*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2111.06633>.

Tourism industries are major contributors to employment worldwide, but wage levels vary significantly among subsectors. This study uses microdata from the OECD countries to analyze differences in income levels across various tourism-related sectors. The research applies econometric techniques to identify which subsectors offer relatively higher income potential and what factors influence these disparities. The findings provide evidence that certain branches, such as air transport and accommodation services, tend to generate better income prospects, which can inform labor market strategies and tourism policy development.

6. Orlova V., Pobihun S., Makarenko A. Economic Analysis of the Impact of Crises on International Tourism. *Futurity Proceedings*. 2020. URL: <https://futurity-proceedings.com/index.php/home/article/view/82>.

The article examines the economic consequences of global crises on the development of international tourism. Particular attention is paid to the COVID-19 pandemic and its impact on the tourism industry. The study analyzes changes in tourist flows, income losses in tourism-dependent economies, and disruptions in the functioning of tourism enterprises. Based on statistical data and comparative analysis, the authors identify patterns of vulnerability and suggest measures for stabilizing and revitalizing the international tourism market in times of crisis.

7. Yang S., Liu Y., Chen X. The Impact of Tourism Development on Economic Growth: Evidence from China. *Sustainability*. 2021. №13(7). P. 3773.

This study explores the relationship between tourism development and economic growth in China, using panel data from 31 provinces over the period 2000–2018. The empirical results indicate a significant positive impact of tourism on regional economic performance. Moreover, the findings reveal regional heterogeneity, with stronger effects observed in the eastern provinces compared to the central and western regions. The study

also highlights the role of infrastructure and policy support in enhancing the economic benefits of tourism. These results provide useful insights for policymakers aiming to promote sustainable regional development through tourism.

8. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. №29(1). P. 1-20.

The COVID-19 pandemic has caused an unprecedented global crisis in the tourism industry. This article provides a rapid assessment of the pandemic's immediate and long-term effects on global tourism systems. It reviews key vulnerabilities in tourism economies, the role of governance and crisis response, and the potential for fundamental restructuring toward more sustainable tourism models. The authors argue that while the crisis presents enormous challenges, it also offers a rare opportunity to rethink tourism in the context of climate change, resilience, and sustainability.

9. Novy A., Taylor K. Tourism, Regional Development and Economic Resilience: Evidence from European Regions. *Regional Studies*. 2022. №56(8). P. 1436-1448.

This article examines the relationship between tourism, regional development, and economic resilience across European regions. Using a comparative statistical analysis, the authors assess how tourism activity contributes to the adaptive capacities of regional economies in the face of external shocks, including economic crises and the COVID-19 pandemic. The findings show that while tourism can promote economic growth and diversification, its contribution to resilience varies significantly depending on local structural factors, policy frameworks, and the degree of tourism dependency. The study highlights the importance of balanced tourism strategies to foster long-term regional stability.

10. Georgios G. Preliminary Results on the Employment Effect of Tourism: A Meta-Analysis. *arXiv preprint arXiv:2206.00174*. 2022. P. 1–15.

This article presents a meta-analysis of 36 empirical studies evaluating the impact of tourism on employment. The results indicate a consistently positive relationship between tourism development and job creation, with an average partial correlation coefficient of 0.129. After adjusting for selective bias, the effect remains significant, emphasizing tourism's role as an important factor in employment growth. These findings have practical implications for policy-making aimed at stimulating the labor market through the development of the tourism sector.

Annotation

Sobchenko A.D. «International tourism in the economy of developed countries». Manuscript.

The work examines the role of international tourism in the economy of developed countries, analyzing its impact on economic growth, employment, GDP, foreign exchange earnings, and infrastructure development. It also explores key trends in tourism, including sustainable tourism, digitalization, and shifting consumer preferences.

A significant focus is placed on government policies and international agreements that promote tourism. The author investigates how countries support the sector through investments in infrastructure, marketing, and cooperation. Challenges such as over-tourism, environmental sustainability, and the need for innovation in tourism are also addressed.

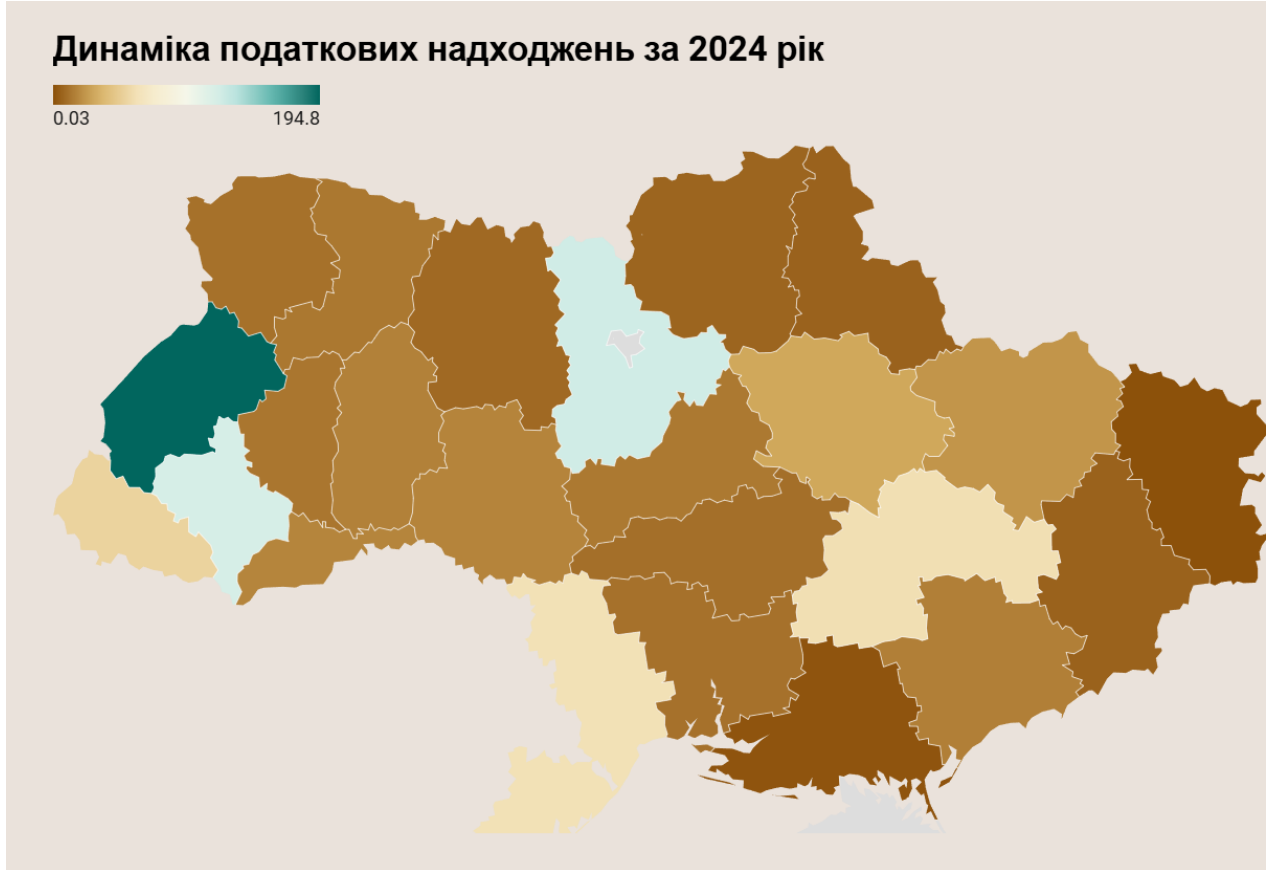
The research substantiates mechanisms for post-war convergence in Ukraine, outlining strategies for tourism recovery, infrastructure rebuilding, attracting foreign investments, and promoting sustainable practices in the post-war context.

In conclusion, the work highlights the vital role of international tourism in developed countries' economies and stresses the need for continued investment in sustainability and innovation. It also emphasizes the importance of targeted strategies for Ukraine's post-war tourism recovery, based on international best practices.

Key words: international tourism, global economy, convergence, regulatory models, country differentiation.

Year: 2025

Динаміка податкових надходжень від туризму за 2024 р.



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



Дата звіту 5/16/2025

Дата редагування ---

Документ прийнятий

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU

Заголовок

Міжнародний туризм в економіці розвинутих країн

Автор

Науковий керівник / Експерт

Собченко А.Д., Чужиков В.І.

підрозділ

кафедра європейської економіки і бізнесу

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



12063
Кількість слів



95479
Кількість символів