

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-348-6-70>

УДК 338.48

ЖУРБА Ігор

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-2554-0914>e-mail: igor.zhurba@ukr.net

ЩУКА Галина

Закарпатський угорський інститут ім. Ф. Ракоці ІІ

<https://orcid.org/0000-0003-4368-5081>e-mail: halina.shchuka@gmail.com

ЦВІГУН Юрій

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0009-0003-9157-2273>

АКТУАЛЬНІ ТЕНЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

Стаття присвячена комплексному аналізу сучасного стану та ключових тенденцій розвитку глобального туристичного ринку послуг. На основі статистичних даних міжнародних організацій (UNWTO, WTTC, OECD) визначено структурні особливості ринку, географічний розподіл туристичних потоків та основні сегменти пропозиції. Також було проаналізовано динаміку доходів від міжнародного туризму та туристичних витрат. Особливу увагу у статті присвячено основним трендам розвитку глобального ринку туристичних послуг. Тому автори особливо акцентують свій погляд на впливі цифровізації, сталого розвитку, персоналізації туристичних продуктів, підвищення стандартів безпеки та ролі соціальних мереж у формуванні туристичного попиту. Сформульовано практичні рекомендації для туристичної галузі щодо адаптації до сучасних глобальних тенденцій.

Ключові слова: глобальний туристичний ринок, міжнародний туризм, туризмологія, туристичні послуги, сталий розвиток, цифровізація, туристичний попит, інновації у туризмі, туристична політика, регіональний розвиток.

ZHURBA Ihor, TSVIHUN yurii

Khmelnitskyi National University

SHCHUKA Halyna

Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL TOURISM SERVICES MARKET

The article is devoted to a comprehensive analysis of the current state and key trends shaping the development of the global tourism services market. Drawing on up-to-date statistical data provided by leading international organizations — including the UN World Tourism Organization (UNWTO), the World Travel & Tourism Council (WTTC), and the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) — the study identifies the structural characteristics of the market, examines the geographical distribution of international tourist flows, and outlines the main segments of tourism supply.

Special attention is given to the most significant contemporary trends that determine the trajectory of global tourism development. In particular, the authors emphasize the growing influence of digitalization and technological innovation, the expansion of sustainable and eco-friendly tourism practices, the increasing personalization of tourism products and services, and the heightened importance of safety standards for travelers in a post-pandemic environment. The article also highlights the critical role of social media platforms and digital communication ecosystems in shaping tourism demand, consumer preferences, and destination image formation.

Based on the conducted analysis, the article formulates a set of practical recommendations for tourism enterprises and stakeholders. These recommendations aim to support effective adaptation to the rapidly changing global environment, enhance competitiveness, foster sustainable development, and improve strategic decision-making within the tourism sector.

Keywords: global tourism market, international tourism, tourism studies, tourism services, sustainable development, digitalization, tourism demand, innovations in tourism, tourism policy, regional development.

Стаття надійшла до редакції / Received 27.10.2025

Прийнята до друку / Accepted 20.12.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Глобальний туристичний ринок є одним із найбільш динамічних секторів світової економіки, демонструючи стійкі темпи зростання навіть попри періодичні економічні та геополітичні виклики. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2024 році кількість міжнародних туристичних прибуттів перевищила 1,4 млрд осіб, що становить близько 94 % від допандемічного рівня 2019 року. Водночас відбувається суттєва трансформація споживчих преференцій, зумовлена цифровізацією, розвитком нових форм подорожей (екотуризм, гастрономічний, оздоровчий, подієвий туризм) та зростанням попиту на індивідуалізовані туристичні продукти. Ключовим завданням наукового та практичного аналізу є виявлення

й систематизація основних тенденцій, які визначають розвиток туристичного ринку, а також оцінка їхнього впливу на конкурентоспроможність туристичних підприємств. З огляду на інтеграційні процеси та глобалізаційні виклики, актуальним є дослідження механізмів адаптації туристичних операторів до нових умов, особливо в контексті сталого розвитку, безпеки подорожей та збереження культурної спадщини. Проблема полягає у необхідності комплексного аналізу сучасних тенденцій глобального ринку туристичних послуг, з урахуванням впливу макроекономічних, соціокультурних та технологічних чинників, а також вироблення практичних рекомендацій для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств у мінливому середовищі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання розвитку глобального туристичного ринку послуг активно досліджується як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями. У міжнародній науковій літературі значну увагу приділяють аналізу впливу глобалізаційних процесів, цифрових технологій та зміни споживчих моделей поведінки на структуру й динаміку туристичного попиту. Так, у працях Фонт Ксав'єр. (Font Xavier.) (2019) [9] та Гесслінг Стефан, а також Скотт Деніел і Голл С. Майкл (Gössling S., Scott D., Hall C. M.) (2021) [8] розглянуто вплив сталого розвитку та екологічних ініціатив на формування конкурентних переваг туристичних підприємств. Дослідження Леон-Гомес Антонія, Сантос-Хаєн Хосе Мануель та Палаціос-Мансано Мерседес (León-Gómez A., Santos-Jaén J. M., Palacios-Manzano M.) (2021) присвячене впливу кліматичних змін на туристичні потоки, особливо у прибережних регіонах і зонах з високою природною вразливістю. Значний внесок у вивчення структурних трансформацій глобального туристичного ринку зробили де Брьюн Чарл, Чау Віктор С., а також Чжан Юн (de Bruyn C., Chau V. S., Zhang Y. A) (2022) які акцентують на цифровізації та впровадженні технологій smart-tourism розглянуто вплив сталого розвитку та екологічних ініціатив на формування конкурентних переваг туристичних підприємств розглянуто вплив сталого розвитку та екологічних ініціатив на формування конкурентних переваг туристичних підприємств. Серед українських дослідників варто відзначити М. Мальську (2023) [5], О. Любіцеву (2022) [4], Т. Ткаченко (2023) [3], які вивчали питання конкурентоспроможності туристичного бізнесу, глобальних і регіональних тенденцій розвитку індустрії та впливу геополітичних чинників на міжнародний туризм.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Попри значну кількість наукових праць, недостатньо уваги приділено комплексному узагальненню актуальних тенденцій на глобальному туристичному ринку послуг. Отже, з одночасним урахуванням регіональних особливостей, швидких технологічних змін та постпандемічної відновлюваної динаміки.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета дослідження, це визначити та систематизувати актуальні тенденції розвитку глобального ринку туристичних послуг, проаналізувати їхній вплив на формування конкурентної спроможності туристичної індустрії та окреслити перспективи розвитку галузі в умовах глобалізації та постпандемічної трансформації. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: дослідити сучасний стан і структурні особливості глобального ринку туристичних послуг; виявити ключові економічні, соціальні та технологічні чинники, що визначають розвиток туристичної індустрії у світовому масштабі; проаналізувати ключові тенденції розвитку глобального ринку туристичних послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Туризм сьогодні посідає провідне місце серед найдинамічніших галузей світової економіки. Практика багатьох країн переконує, що туристична індустрія робить вагомий внесок у формування валового внутрішнього продукту (ВВП), сприяє створенню нових робочих місць, розширенню зайнятості населення та покращенню структури зовнішньоторговельного балансу. Виступаючи важливим каталізатором соціально-економічного розвитку, туризм забезпечує мультиплікативний ефект і позитивно впливає на ключові галузі регіональної економіки — транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, харчову та легку промисловість, виробництво товарів широкого вжитку.[2].

Разом з тим, динаміка розвитку туристичної сфери визначається сукупністю чинників різного характеру — демографічних, природно-географічних, соціально-економічних, історичних, релігійних, політичних і правових. (див. таблицю 1).

Саме їх комплексний вплив у першій чверті XXI століття зумовив істотне зростання обсягів міжнародних і внутрішніх туристичних потоків, сформувавши сучасні тенденції глобального туристичного ринку. Він у 2024 році продемонстрував майже повне відновлення після кризових явищ, спричинених пандемією COVID-19

Аналізуючи показники таблиці, варто зауважити, що за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі досягла 1,4 млрд осіб, що становить близько 94% від рівня 2019 рок. Це на 11% більше, ніж у 2023 році, або на 140 мільйонів більше міжнародних

туристичних прибуттів, завдяки високому попиту після пандемії, стабільним показникам великих ринків-джерел та постійному відновленню напрямків в Азії та Тихоокеанському регіоні [1;6;7].

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків за світовими мегарегіонами, млн осіб

Megaregion	Рік										2024 Відносно 2019 %
	1950	1960	1995	2000	2005	2010	2018	2019	2020	2024	
Світ, всього, в т.ч. за регіонами:	25,3	69,3	527	674	809	949	1400	1487	390	1400	94 %
Європа	16,8	50,4	304,5	386,6	453,2	489,4	711	762	221	747	98%
Азія та Тихо-океанський регіон	0,2	0,9	82,1	110,4	154	205,4	343	361	58	316	87,5%
Америка	7,5	16,7	109,1	128,2	133,3	150,1	219	234	73	213	91%
Африка	0,5	0,8	18,7	26,2	34,8	49,5	66	68	20	74	108,8%
Близький Схід	0,2	0,6	12,6	22,4	33,7	54,7	61	62	18	95	153,2%

Джерело: складено автором.

Зазначимо, що особливостями географічної структури міжнародних туристичних потоків у 2024 р. були наступні, зокрема Близький Схід (95 мільйонів прибуттів) залишався регіоном з найвищими показниками порівняно з 2019 роком, де кількість міжнародних прибуттів у 2024 році була на 34,7% вищою за допандемічний рівень, хоча на 1% вищою порівняно з 2023 роком. Африканський мегарегіон прийняв 74 мільйони осіб туристів, що на 7% більше ніж у 2019 році, та на 12% ніж у 2023 році. Варто зауважити, що Європа на сьогодні є найбільшим у світі мегарегіоном, який відвідали туристи так, зокрема у 2024 році було зареєстровано 747 мільйонів міжнародних прибуттів (+1% порівняно з рівнем 2019 року та 5% порівняно з 2023 роком), що підтримано високим внутрішньо регіональним попитом. Усі європейські субрегіони перевищили до пандемічні рівні, за винятком Центральної та Східної Європи, де багато напрямків досі страждають від затяжних наслідків російської агресії проти України. Зазначимо, що мегарегіон Америка відвідало 213 мільйонів осіб туристів, спостерігаємо 97% прибуттів, порівняно із до пандемічним періодом (-3% порівняно з 2019 роком), при цьому регіони Карибського басейну і Центральної Америки вже перевищили рівні 2019 року. Варто зауважити, що порівняно з 2023 роком, зафіксовано 7% зростання .Азіатсько-Тихоокеанського мегарегіону (316 мільйонів прибуттів) продовжував швидко відновлюватися у 2024 році, хоча кількість туристів, які приїхали у цей регіон все ще становив 87% від допандемічного рівня, що є покращенням у порівнянні з 66% на кінець 2023 року. Кількість міжнародних прибуттів зросла на 33% у 2024 році, що на 78 мільйонів більше, ніж у 2023 році. За субрегіонами, Північна Африка та Центральна Америка продемонстрували найвищі показники у 2024 році, з 22% та 17% збільшенням кількості міжнародних прибуттів, ніж до пандемії. Зауважимо, що Південна Середземноморська Європа (+8%) та Карибський басейн (+7%), а також продемонстрували значне зростання, зокрема у Північній Європі (+5%) та Західній Європі (+2%) [6;7;10]

Проаналізуємо структуру пропозиції на глобальному туристичному ринку так, зокрема традиційний відпочинковий туризм складає – 40 % тоді, як сталий та екотуризм формує 20 % пропозиції. Діловий туризм (МІСЕ) складає 15 % , а оздоровчий та медичний туризм – 10 % від загального показника. Інші спеціалізовані форми – 15 % відображають географічний розподіл туристичних потоків та структуру ринку за видами туризму [10].

У результаті глобальних трансформацій міжнародна туристична індустрія перетворюється на один із найбільш інвестиційно привабливих секторів світового господарства. Туризм дедалі більше зміцнює свої позиції, як ключовий чинник соціально-економічного прогресу, забезпечуючи суттєві надходження від експорту послуг, створення нових робочих місць, розвитку підприємництва та модернізацію інфраструктури. Протягом останніх шести десятиліть галузь демонструє стабільне зростання та диверсифікацію, ставши одним із наймасштабніших і найдинамічніших секторів глобальної економіки. Поряд із традиційними центрами туризму Європи та Північної Америки на світовій арені активно формуються нові туристичні дестинації. Багато країн зуміли ефективно використати власний природний і культурний потенціал, перетворивши його на важливий інструмент наповнення бюджету та пришвидшення економічного розвитку. Особливо це характерно для країн, що розвиваються, які завдяки унікальній флорі й фауні, конкурентним ціновим перевагам та здатності створювати нові атракції й туристичні продукти, швидко зміцнюють свої позиції як перспективні центри глобальних туристичних потоків. Динаміка розвитку світового ринку туристичних послуг визначається не лише чисельністю туристів, які здійснюють подорожі, а й змінами у просторовій структурі міжнародних туристичних потоків. Проведений попередній аналіз свідчить, що найбільш інтенсивне зростання обсягів туризму спостерігається в країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону, значна частина яких належить до групи держав, що розвиваються. Це дає підстави стверджувати, що саме ці країни поступово посилюють свою позицію на глобальному ринку туристичних послуг і формують нові центри туристичної активності.

Варто зазначити, що період 2020–2024 р.р. характеризується різкою зміною динаміки туристичних потоків, спричиненою пандемією COVID-19, та подальшим відновленням. (дивись таблицю2).

Таблиця 2

Динаміка міжнародних прибуттів та доходів від туризму (млн.осіб/ трлн.дол.США) 2019 – 2024 рр.

Рік	Міжнародні прибуття, млн осіб	Доходи від туризму, трлн дол. США	% до рівня 2019 р
2019	1487	1,7	100 %
2020	402	0,6	27 %
2021	418	0,7	29 %
2022	900	1,2	62 %
2023	1200	1,48	93 %
2024	1400	1,6	97 %

Джерело: складено автором.

Проаналізувавши таблицю, бачимо, що у 2020 р. – міжнародні прибуття скоротилися на 73 % у порівнянні з 2019 р., доходи зменшилися більш ніж на 1 трлн дол. США. - 2021 р. – часткове відновлення (+4 % порівняно з 2020 р.) завдяки відкриттю окремих напрямків. Так, зокрема у 2022 р. спостерігалось активне зростання (115% до 2021 р.), що склало 900 млн міжнародних прибуттів. Про те доходи від туризму склали – 1,48 трлн дол. США. у 2023р. та 1,2 млрд прибуттів. 2024 р. Зазначимо, що у 2024р. прибуття склали 1,4 млрд прибуттів (94 % від докризового рівня), тоді як доходи – 1,6 трлн дол. США (дивись рис.1).

Доходи від міжнародного туризму у 2024 році демонстрували стрімке зростання після того, як у 2023 році вони практично досягли до пандемічного рівня в реальному вираженні (з урахуванням інфляції та коливань обмінного курсу). За попередніми оцінками, надходження у 2024 році досягли 1,6 трильйона доларів США, що приблизно на 3% більше, ніж у 2023 році, та на 4% більше, ніж у 2019 році (у реальному вираженні). Зі стабілізацією зростання середні витрати поступово повертаються до значень, що були до пандемії, з майже 1400 доларів США на одного міжнародного туриста у 2020 та 2021 роках до приблизно 1100 доларів США у 2024 році. Це все ще вище середнього показника в 1000 доларів США до пандемії.

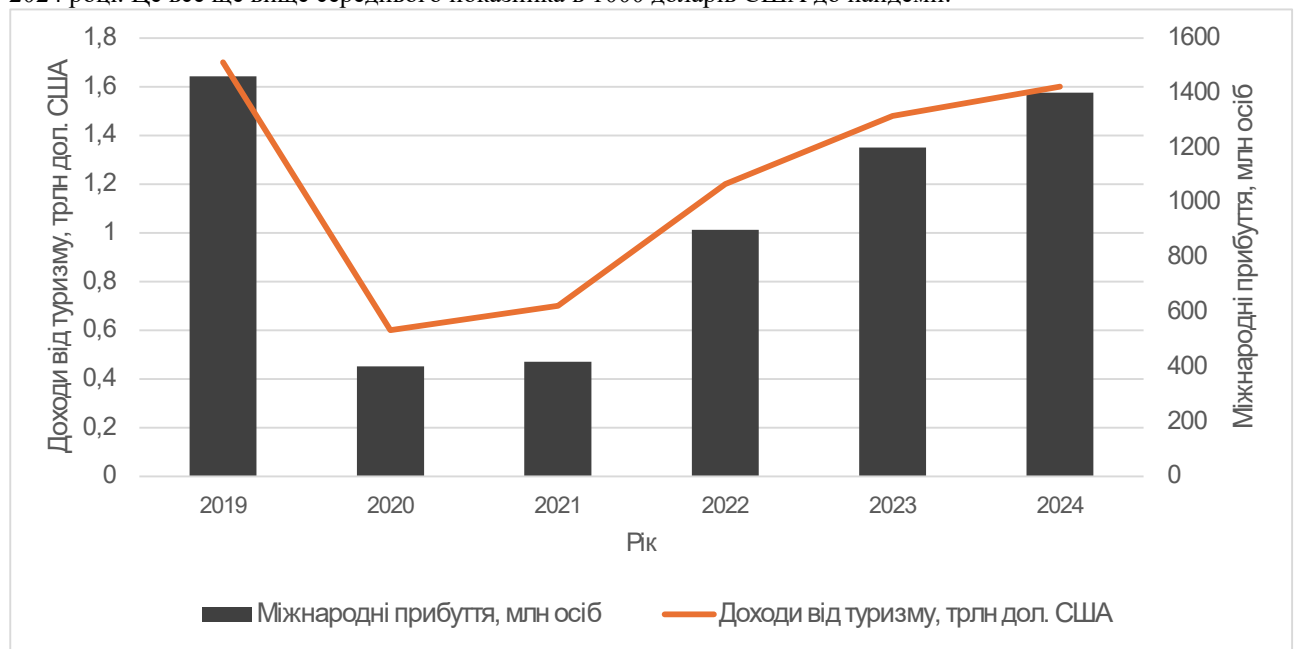


Рис. 1. Динаміка міжнародного туризму (2019 – 2024 рр.)

Джерело: складено автором

Бачимо, що якісний аналіз свідчить про структурні зрушення у видах туризму, зростання внутрішніх подорожей, підвищення попиту на індивідуальні та еко-маршрути, розширення використання цифрових інструментів та розвиток нових форматів (гібридні MICE-заходи, VR-екскурсії [8; 9; 10]

За попередніми оцінками, спостерігаємо значне зростання доходів від міжнародного туризму у 2024 року в деяких регіонах світу. Так, зокрема у ряді країн ми бачимо наступні зростання Кувейті (+232%), Сальвадор (+206%), Саудівська Аравія (+148%), Албанія (+136%), Сербія (+98%), Республіка Молдова (+86%) та Канада (+70%). Ці країни продемонстрували двозначне зростання доходів у 2024 році порівняно з 2023 роком. Серед п'яти найбільших світових країн з доходів від туризму, варто виділити Велику Британію (+40%), Іспанію (+36%), Францію (+27%) та Італію (+23%), які продемонстрували стійке зростання у 2024 року порівняно з 2019 роком. Дані щодо витрат на міжнародний туризм відображають ту саму тенденцію, особливо серед країн - лідерів, таких як Німеччина, Велика Британія (обидві +36% порівняно з 2019 роком). Зазначимо,

що показники Сполучені Штати Америки мають поканики (+34%), тоді як Італія (+25%) та Франція (+11%). Витрати Індії залишалися високими у першій половині 2024 року (+81% вище рівня 2019 року) після надзвичайного зростання у 2023 році.

Отже, із вище зазначених тенденцій ми бачимо, що у післяпандемічний період деякі країни Європи зазнали значного економічного зростання завдяки відновленню та розвитку міжнародного туризму. Особливо це стосується південних країн, таких як Іспанія, Греція, Португалія та Італія. Лише у липні 2024 року Іспанія досягла рекордних показників у сфері туризму, прийнявши 10,85 мільйона туристів, що на 12% більше порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Загальні витрати туристів склали 15,535 мільярда євро, що на 18% більше, ніж у попередньому році. У 2024 року країну відвідали 53,3 мільйона туристів, і прогнозується, що до кінця року ця цифра досягне 95 мільйонів, а витрати туристів становитимуть близько 130 мільярдів євро. Варто зауважити, що у 2024 році економіка Греції зросла на 2,2%, значною мірою завдяки відновленню туристичного сектору після пандемії. Зростання туризму, разом із реформами на ринку праці та значною європейською допомогою, сприяли цьому підйому. Португалія та Італія також демонструють позитивні тенденції. Зростання туризму, розвиток зеленої енергетики та цифровізація сприяють економічному підйому цих країн. Так Португалія, зокрема, отримує вигоду від зростання туристичних потоків та інвестицій у відновлювання галузі. На нашу думку, суттєве зростання туристичних потоків упродовж аналізованого періоду зумовлене комплексом чинників як ендегенного, так і екзогенного характеру. До ключових внутрішніх чинників, що вплинули на розширення глобального ринку туристичних послуг належать, підвищення рівня економічного добробуту населення багатьох країн світу, збільшення тривалості відпусток та відповідне скорочення робочого часу, зростання мобільності та прагнення людей до саморозвитку, пізнання нових територій, культур і традицій. Важливим є також формування мультикультурності та відкритості сучасного туриста. Серед зовнішніх передумов варто відзначити лібералізацію правил перетину державних кордонів, відкриття нових туристичних напрямків, здешевлення авіаперевезень, удосконалення транспортної інфраструктури та активну інформатизацію туристичної галузі, що значно полегшила доступ до інформації та процес планування подорожей [1; 2; 4; 6].

Спробуємо узагальнити, по – перше, значний вплив туризму на ВВП та зайнятість. Так за даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC), у 2024 році, як вже зазначалося, глобальний внесок туристичної галузі у світовий ВВП становив 11,1 трильйона доларів США, що становить 10% від загального ВВП. Це свідчить про значний внесок туризму в економіку багатьох країн. Крім того, очікується, що сектор забезпечить майже 348 мільйонів робочих місць у 2024 році, перевищивши показники до пандемії на 13,6 мільйона робочих місць. По – друге, регіональні особливості. Варто зазначити, що у першому кварталі 2024 року близько 285 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі, що на 20% більше порівняно з попереднім роком. Це зростання особливо відчутне в регіонах Південної Європи, Азії та Північної Європи, де країни, що розвиваються, активно залучають туристів. По – третє, проблеми та виклики. Зазначимо, попри позитивний економічний вплив, масовий туризм може призводити до перенавантаження інфраструктури, підвищення цін та негативного впливу на місцеві громади. Наприклад, у деяких містах і регіонах спостерігається надмірна кількість туристів, що перевищує можливості місцевої інфраструктури.

Розвинена туристична інфраструктура має потенціал, який істотно впливає на якість життя місцевого населення та формує помітний соціальний ефект. Йдеться, зокрема, про зменшення рівня безробіття, підвищення доходів домогосподарств, зниження соціальної напруженості та активізацію економічного розвитку туристичної дестинації загалом. Водночас низька результативність туристичного експорту в країнах із низьким рівнем доходу на душу населення ускладнює реалізацію інфраструктурних проєктів, обмежує доступ до інвестицій та спричиняє низький рівень сервісу, особливо в житлово-комунальній сфері. У таких умовах туризм, як складова національного експорту, не здатний забезпечити вагомий внесок у зростання економіки. Крім того, держави цієї групи часто вимушені імпортувати значну частину товарів і послуг, необхідних для забезпечення туристичного продукту відповідно до міжнародних стандартів якості. Їхня конкурентоспроможність базується переважно на низькій собівартості робочої сили, що дозволяє формувати недорогі туристичні пропозиції для світового ринку. Разом із тим аналіз структури світової торгівлі загалом і ринку послуг зокрема засвідчує, що туризм відіграє вагомий роль як у економіках розвинених країн, так і держав, що розвиваються. Попри складність повного вимірювання обсягів туристичної торгівлі, її показники визначаються насамперед доходами від міжнародних подорожей, витратами іноземних туристів та надходженнями від транспортних послуг. Хоча висока залежність від інвестицій в інфраструктуру може уповільнювати інтеграцію окремих країн у глобальний туристичний ринок, загалом можна констатувати істотний синергетичний ефект від розвитку туристичного потенціалу. Це особливо відчутно у дестинаціях, що володіють конкурентними природними та рекреаційними характеристиками [3; 7; 10].

Зазначимо, що ключові тенденції розвитку глобального ринку туристичних послуг в умовах сьогодення визначаються по – перше, у цифровізації та технологічних інноваціях; по – друге, у сталому розвитку та екотуризмі; по – третє, персоналізації туристичного продукту та стандартів безпеки; по – четверте, у зростанні ролі подієвого туризму; по – п'яте, через активний розвиток внутрішнього туризму; по – шосте, у застосуванні соціальних мереж як інструменту впливу на попит (дивись табл..3)

Таблиця 3

Ключові тенденції розвитку глобального ринку туристичних послуг

№п/п	Тенденція	Зміст та сутність	Вплив на глобальний туристичний ринок	Приклади прояву / результат
1.	Цифровізація та технологічні інновації	Активне впровадження цифрових платформ, штучного інтелекту, онлайн-бронювання, VR/AR-технологій.	Підвищення ефективності обслуговування, пришвидшення бронювання, автоматизація процесів, зниження витрат.	Онлайн-платформи (Booking, Airbnb), чат-боти, цифрові карти, «розумні» готелі.
2.	Сталий розвиток і екотуризм	Орієнтація туристичних компаній на екологічність, збереження ресурсів	Формування нових сегментів ринку, перехід до відповідального туризму, зростання	Екотури, зелена сертифікація готелів, розвиток природоохоронних
3.	Персоналізація туристичного продукту та підвищення стандартів безпеки	Формування індивідуальних маршрутів, адаптація сервісу під потреби клієнта, акцент на безпекових протоколах	Підвищення рівня лояльності туристів та довіри, диверсифікація продуктів, зростання конкуренції за клієнта	Індивідуальні тури, мобільні додатки з персональними рекомендаціями, посилені безпекові стандарти.
4.	Зростання ролі подієвого туризму	Популяризація фестивалів, концертів, спортивних заходів, гастрономічних та культурних подій	Збільшення туристичних потоків до окремих регіонів, підтримка локальної економіки, сезонне поживлення	Чемпіонати, музичні фестивалі, локальні культурні події, гастротури.
5.	Активний розвиток внутрішнього туризму	Зростання попиту на мандрівки у межах країни, переорієнтація туристів на локальні дестинації.	Підтримка національного ринку, розвиток інфраструктури, підвищення доступності подорожей.	Подорожі вихідного дня, національні маршрути, розвиток регіональних туристичних кластерів
6.	Використання соціальних мереж як інструменту впливу на попит	Соцмережі стають ключовим каналом формування мотивації туристів та інструментом просування.	Посилення ролі блогерів, збільшення швидкості поширення інформації, зміна моделей маркетинг	Instagram-маркетинг, TikTok-тренди, інфлюенсери у сфері туризму, вірусний контент.

Джерело: розроблено автором.

Аналізуючи таблицю 3 розкриємо зміст та особливості кожної із вище зазначених ключових тенденцій. Так, зокрема варто зауважити, що сучасний туристичний ринок активно інтегрує новітні цифрові технології, що змінюють усі етапи взаємодії між туристом і постачальником послуг. Штучний інтелект (AI) використовується для прогнозування попиту, створення персоналізованих рекомендацій і оптимізації ціноутворення. Зазначимо, що «Великі дані» (Big Data) дозволяють компаніям аналізувати поведінку клієнтів у реальному часі та адаптувати пропозиції. Віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR) відкривають нові формати презентації туристичних продуктів, зокрема віртуальні тури та 3D-екскурсії. Розвиток мобільних застосунків і безконтактних сервісів забезпечує швидкість, зручність і безпеку взаємодії з туристом. Застосування цифрових технологій є ключовим чинником трансформації туристичного бізнесу. Використання штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності, блокчейн-технологій сприяє покращенню взаємодії між туристами та компаніями, підвищує зручність бронювання та персоналізацію послуг [2; 8; 9; 10]

Наступною ключовою тенденцією є сталий розвиток та екотуризм. Зростання глобальної екологічної свідомості вплинуло на формування попиту на подорожі з мінімальним впливом на довкілля. Туристи обирають еко-готелі, маршрути в заповідних територіях, із використанням місцевих продуктів і транспорту з низьким рівнем викидів CO₂. Багато країн впроваджують сертифікаційні програми («зелені сертифікати») та еко-стандарти для туристичної інфраструктури. Екотуризм стає не лише трендом, а й конкурентною перевагою, що приваблює цільову аудиторію, орієнтовану на свідоме споживання. Сучасні мандрівники все частіше звертають увагу на екологічний аспект подорожей. Популярності набирають «зелені» готелі, екотуризм та ініціативи, спрямовані на зменшення вуглецевого сліду туристичних поїздок.

Сучасний турист прагне отримати унікальний досвід, що відповідає його індивідуальним інтересам і стилю життя. Персоналізація охоплює створення tailor-made турів, індивідуальних маршрутів, авторських екскурсій та нішевих форматів подорожей (гастрономічний, винний, спортивний, медичний туризм). Використання AI та CRM-систем дозволяє туристичним операторам сегментувати клієнтів і пропонувати продукти, максимально адаптовані до їхніх уподобань. Завдяки Big Data («Великим Данним») та штучному інтелекту туристичні компанії можуть пропонувати індивідуальні рішення для кожного клієнта. Персоналізація проявляється в гнучких туристичних пакетах, персоналізованих рекомендаціях та інтеграції IoT у сфері гостинності

Пандемія COVID-19 стала переломним моментом у сприйнятті безпеки подорожей. Тепер туристи очікують від готелів, транспортних компаній та туроператорів високих санітарно-гігієнічних стандартів, наявності страхівок, цифрових медичних сертифікатів і прозорих процедур евакуації в разі надзвичайних ситуацій. Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTTC) впровадила глобальний стандарт «Safe Travels», що став орієнтиром для відновлення довіри до подорожей. Після пандемії багато країн стимулюють розвиток

внутрішнього туризму, що сприяє зростанню локальних економік. Також збільшується популярність регіональних напрямків, які до цього не були масово освоєні туристами [1; 2; 3; 6].

Зауважимо про зростаючу роль подієвого туризму (event tourism), який сприяє активному залученню туристів до міжнародних фестивалів, участі у виставках, спортивних змаганнях та культурних заходах. Після спаду в 2020–2021 рр. цей сегмент активно відновлюється, стимулюючи економіку регіонів і збільшуючи туристичні потоки. Міста-господарі великих подій отримують не лише короткостроковий прибуток, а й довготривалу популярність як туристичні центри.

Активний розвиток внутрішнього туризму в умовах обмежень міжнародних подорожей і зростання цін внутрішній туризм став одним із ключових драйверів ринку. Країни інвестують у розвиток національної туристичної інфраструктури, популяризують регіональні маршрути, створюють програми субсидованих подорожей для громадян. Це сприяє рівномірнішому розподілу туристичних потоків і зменшує навантаження на популярні міжнародні дестинації. Після пандемії багато країн стимулюють розвиток внутрішнього туризму, що сприяє зростанню локальних економік. Також збільшується популярність регіональних напрямків, які до цього не були масово освоєні туристами.

Варто звернути увагу на значні зміни у споживчих вподобаннях. Сучасні туристи більше цінують унікальний досвід, а не стандартні подорожі. Вони надають перевагу нестандартним маршрутам, активному відпочинку, оздоровчим подорожам та культурному туризму. Зазначимо про надзвичайну роль соціальних мереж, як інструмент впливу на попит. Платформи Instagram, TikTok, YouTube стали потужними каналами формування туристичних трендів. Візуальний контент, створений як брендами, так і звичайними мандрівниками, впливає на вибір напрямків і видів відпочинку. Інфлюенсер-маркетинг у туризмі дозволяє оперативно просувати нові дестинації та формувати імідж бренду. Соціальні мережі також відіграють роль платформ для зворотного зв'язку й управління репутацією [1;2;6].

Отже, як бачимо глобальний туристичний ринок рухається у напрямку високої технологічності та екологічної відповідальності. Спостерігається тренд на персоналізацію, він стає стандартом у конкурентній боротьбі за споживача. Подієвий та внутрішній туризм формують нові потоки та зменшують сезонність. Зауважимо, що соціальні мережі визначають інформаційний простір і моделюють поведінку туристів.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У ході проведеного дослідження встановлено, що глобальний ринок туристичних послуг у 2024 році демонструє стійку позитивну динаміку, що підтверджується даними провідних міжнародних організацій. За інформацією Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), обсяги міжнародних туристичних прибуттів досягли 1,4 млрд осіб, що становить близько 94% докризового рівня 2019 року та на 11% перевищує показники 2023 року. Зростання туристичних потоків зумовлене високим відкладеним попитом після пандемії, стабільною активністю основних ринків-джерел і поступовим відновленням туристичних напрямів Азійсько-Тихоокеанського регіону. Спостерігається нормалізація середніх витрат міжнародних туристів. Після пікових значень, характерних для 2020–2021 років (близько 1400 дол. США), у 2024 році цей показник стабілізувався на рівні 1100 дол. США, що все ще перевищує допандемічний орієнтир у 1000 дол. США. Це свідчить про поступове вирівнювання туристичного попиту та структури споживчих витрат. Попри позитивні тенденції, виявлено низку проблем і викликів. Масовий туризм у ряді популярних дестинацій спричиняє перенавантаження інфраструктури, посилення соціального тиску на місцеві громади та підвищення вартості життя. Ці фактори вимагають перегляду управлінських підходів, впровадження стратегій сталого розвитку та збалансування туристичних потоків.

На основі проведеного аналізу було визначено ключові економічні, соціальні та технологічні чинники, що формують розвиток світової туристичної індустрії. Також узагальнено основні тенденції трансформації глобального ринку туристичних послуг, серед яких: цифровізація, сталий розвиток, персоналізація туристичних продуктів, підвищення стандартів безпеки та зростання впливу соціальних мереж на туристичний попит.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що сучасний глобальний ринок туристичних послуг перебуває у фазі активного відновлення та структурних змін. Це відкриває нові можливості для туристичних підприємств, водночас окреслюючи необхідність адаптації до нових викликів, посилення стратегічної гнучкості та впровадження інноваційно-орієнтованих підходів до управління.

Література

1. ЖУРБА, І., НЕСТОРИШЕН, І., & МАТЮХ, С. (2022). ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 304(2(2)), 7-12. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(2\)-1](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-1)
2. ЖУРБА, І., & НЕСТОРИШЕН, І. (2023). АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. *Development Service Industry Management*, (1), 50–55. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))

3. Ковальська, Л. В., & Ткаченко, Т. І. (2022). Вплив туризму на економіку в період пандемії. *Людина та довкілля. Проблеми неоекології*, (37), 54-61. <https://doi.org/10.26565/1992-4224-2022-37-05>
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp12.htm
5. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. *Фестивальний туризм: теорія та практика: навчальний посібник*. Київ: ФОП Піча Ю. В., 2023. 232 с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/Malska-Bilous-Hrytsyshyn-Festyvalnyy-turyzm2022-book.pdf>
6. РИБЧУК, А., ЖУРБА, І., & ЗАБЛОЦЬКА, Р. (2022). ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ПАНДЕМІЇ. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 304(2(1), 203-210. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-29](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-29)
7. Смирнов І. Г., Любіцева О. О. *Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навчальний посібник*: у 2 кн. Кн. 1: Міжнародний туристичний бізнес. Київ: Ліра-К, 2022. 288 с.
8. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. Vol. 29, No. 1. P. 1–20.
9. Font X. Measuring the progress of sustainable tourism // *Journal of Sustainable Tourism*. 2018. Vol. 26, No. 9. P. 1537–1543.
10. UNWTO Tourism Highlights (2024 Edition). URL: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2024.pdf.

References

1. ZHURBA, I., NESTORISHEN, I., & MATYUKH, S. (2022). ECONOMICS OF TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 304(2(2), 7-12. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(2\)-1](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-1)
2. ZHURBA, I., & NESTORISHEN, I. (2023). ANALYSIS OF INDICATORS OF THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE AND THE WORLD: PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS. *Development Service Industry Management*, (1), 50–55. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))
3. Kovalska, L. V., & Tkachenko, T. I. (2022). Impact from tourism on the economy during the pandemic time. *Man and Environment. Issues of Neoecology*, (37), 54-61. <https://doi.org/10.26565/1992-4224-2022-37-05>
4. Liubitseva O. O. *The Market of Tourism Services and Its Spatial Organization*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp12.htm
5. Malska M. P., Hrytsyshyn A. T., Bilous S. V., Topornytska M. Ya. *Festival Tourism: Theory and Practice*. Kyiv: FOP Picha Yu. V., 2023, 232 p. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/Malska-Bilous-Hrytsyshyn-Festyvalnyy-turyzm2022-book.pdf>
6. RYBCHUK, A., ZHURBA, I., & ZABLOTSKA, R. (2022). PROBLEMS OF FUNCTIONING OF THE INTERNATIONAL TOURIST INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF A GLOBAL PANDEMIC. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 304(2(1), 203-210. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-29](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-29)
7. Smyrnov I. H., Liubitseva O. O. *International Tourism Business and Logistics in Tourism: Textbook*. In 2 books. Book 1: International Tourism Business. Kyiv: Lira-K, 2022, 288 p.
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), pp. 1–20.
9. Font X. *Measuring the Progress of Sustainable Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 2018, 26(9), pp. 1537–1543.
10. UNWTO. *Tourism Highlights: 2024 Edition*. URL: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2024.pdf