МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«____» _____2024 р.
Завідувач кафедри, д.е.н., професор
_____Людмила Транченко

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

УДОСКОНАЛЕННЯ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

Виконав: здобувач вищої освіти
ІІ курсу, 21 м-тм групи
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітньо-професійної програми «Туризм»
Роман Леонідович ФІРСЕНКО

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Світлана ТИМЧУК

Умань 2024

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____Людмила ТРАНЧЕНКО
«____»_____2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

здобувачеві вищої освіти *Роману Леонідовичу Фірсенку*
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Удосконалення сучасних підходів до формування міжнародних туристичних потоків »

керівник кваліфікаційної роботи *Тимчук Світлана Володимирівна*, к.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЗВО від « » 2024 р. №

2. Строк подання студентом роботи « » 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи склали нормативно-правові акти України, матеріали Державного комітету статистики України, наукові праці та монографічні дослідження вітчизняних і зарубіжних учених із загальних проблем формування стратегії розвитку туризму регіону, матеріали науково-практичних конференцій та періодичної літератури, Інтернет-ресурси та інше.

4. Перелік питань, які потрібно розробити

Розділ 1 Теоретичні основи дослідження географії міжнародних туристичних потоків

Розділ 2. Аналіз впливу рекреаційного середовища регіонів світу на географію туристичних потоків

Розділ 3. . Особливості та сучасні тенденції у формуванні міжнародних туристичних потоків

5. Перелік графічного матеріалу рисунків – 18, таблиць – 7, формул – 9, додатків – 2

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання_____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	вересень 2021 р.	
2.	Одержання індивідуального завдання	вересень 2021 р.	
3.	Складання індивідуального плану-графіка написання роботи	вересень 2021 р.	
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи	вересень 2021 р.-червень 2022 р.	
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка	червень 2022 р.	
6.	Написання розділів дипломної роботи	липень 2022 р. – жовтень 2022 р.	
7.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень дипломного керівника	10.11.2022 р. – 20.11.2022 р.	
8.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	20.11.2022 р.	
9.	Подання роботи для перевірка на плагіат	12.12.2022 р.	
10.	Одержання відгуку наукового керівника	.12.2022 р.	
11.	Одержання рецензії внутрішнього та зовнішнього рецензента	13.12.2022 р.	
12.	Висновок завідувача кафедрою	15.12.2022 р.	
13.	Захист дипломної роботи	20.12.2022 р.	

Студент _____ Роман ФІРСЕНКО
(підпис) (прізвище та ініціали)
Керівник роботи _____Світлана ТИМЧУК
(підпис) (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційна робота складається з 106 сторінках. Кількість розділів – 3, рисунків – 18, таблиць – 9, формул – 9, додатків – 2, список використаних джерел налічує 39 найменувань.

Об'єктом дослідження є процеси формування та управління міжнародними туристичними потоками, які здійснюються в умовах глобалізації та динамічного розвитку туристичних ринків.

Предметом дослідження є сучасні підходи, моделі та технології, що використовуються для оптимізації формування міжнародних туристичних потоків, а також методи вдосконалення їх ефективності через впровадження цифрових технологій, партнерських моделей та стратегій сталого розвитку.

Метою дипломної роботи є аналіз та удосконалення сучасних підходів до формування міжнародних туристичних потоків, зокрема шляхом впровадження інноваційних методів управління, цифрових технологій та стратегій сталого розвитку, що сприятимуть підвищенню ефективності туристичної індустрії.

У 1 розділі визначено теоретичні основи дослідження географії міжнародних туристичних потоків.

У 2 розділі проаналізовано вплив рекреаційного середовища регіонів світу на географію туристичних потоків.

У 3 розділі охарактеризовано особливості та сучасні тенденції у формуванні міжнародних туристичних потоків.

Розроблено напрями удосконалення маркетингових підходів для стимулювання міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародні туристичні потоки, удосконалення підходів, стратегія, цифрові технології, сталий розвиток туризму, управління туризмом.

АНОТАЦІЯ

У роботі визначено теоретичні основи формування міжнародних туристичних потоків та сучасні підходи до їх управління. Проаналізовано вплив цифрових технологій, сталого туризму та інноваційних стратегій на ефективність управління потоками. На основі проведеного аналізу запропоновано удосконалення моделей управління, зокрема через інтеграцію великих даних, персоналізованих маркетингових кампаній та державного-приватного партнерства для забезпечення стійкості та зростання міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародні туристичні потоки, удосконалення підходів, стратегія, цифрові технології, сталий розвиток туризму, управління туризмом.

SUMMARY

The paper defines the theoretical foundations of international tourist flows formation and modern approaches to their management. The impact of digital technologies, sustainable tourism, and innovative strategies on the effectiveness of flow management has been analyzed. Based on the conducted analysis, improvements to management models are proposed, particularly through the integration of big data, personalized marketing campaigns, and public-private partnerships to ensure the sustainability and growth of international tourism.

Keywords: international tourist flows, improvement of approaches, strategy, digital technologies, sustainable tourism development, tourism management.

ЗМІСТ

	Ст.
Вступ	3
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження географії міжнародних туристичних потоків	
1.1. Міжнародні туристичні потоки та ключові фактори впливу на їх формування і розвиток у сучасному світі	10
1.2. Сучасні методи та підходи для вивчення географії міжнародних туристичних потоків	15
1.3. Теоретичні моделі і підходи до удосконалення формування міжнародних туристичних потоків застосовуються на сучасному етапі	23
Розділ 2. Аналіз впливу рекреаційного середовища регіонів світу на географію туристичних потоків	
2.1. Фактори формування і впливу на географію туристичних потоків	30
2.2. Вплив особливостей рекреаційної середовища на географію туристських потоків	43
2.3. Сучасні географічні тенденції у формуванні та спрямованості міжнародних туристичних потоків	51
Розділ 3. Особливості та сучасні тенденції у формуванні міжнародних туристичних потоків	
3.1. Інноваційні стратегії регулювання міжнародних туристичних потоків в умовах глобальних викликів	62
3.2. Використання цифрових технологій для оптимізації управління туристичними потоками	75
3.3. Удосконалення маркетингових підходів для стимулювання міжнародного туризму	85
Висновки і пропозиції	96
Список використаних джерел	99
Додатки	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм - це така сфера діяльності у сучасному просторі економічного і гуманітарного розвитку, яка є найбільш природною, екологічно чистої та швидко окупається при вкладенні праці і капіталів. В цілому зростання туризму, особливо міжнародного, є відображенням зміцнення міжнародних, економічних і культурних зв'язків. Міжнародні туристські зв'язки ведуть до розширення географічної сфери контактів між народами і збільшення їх інтенсивності. Відбувається глобалізація туризму, куди залучаються з кожним роком все більше і більше людей.

Міжнародний туризм здійснює вагомий внесок в світову економіку, яка зростає з кожним роком. Прибуття туристів пов'язано з припливом іноземної валюти в приймаючу країну, активізуючи її платіжний баланс. У багатьох країнах туризм перетворився в одну з провідних галузей економіки і є надійним джерелом поповнення бюджету. Тому туристична індустрія не випадково вважається високорентабельною галуззю економіки в таких індустріально розвинених країнах як США, Франція, Австрія, Англія, Італія, Іспанія та інших. Так само, туризм є найважливішою експортною галуззю, в багатьох невеликих країнах.

На формування міжнародних туристичних потоків впливають безліч природних, культурних, соціальних, економічних і політичних особливостей конкретних територій, які в сукупності обумовлюють формування відносно стабільних туристичних потоків.

Мета дослідження полягає у виявленні основних тенденцій і закономірностей в географії міжнародних туристських потоків, які є наслідком зростання рівня життя і підвищення її якісних сторін, технічного прогресу на транспорті і зв'язку, збільшення вільного часу, лібералізації відносин між країнами, зміна в соціально-психологічних мотивуваннях сучасного людини, що виражаються в перенесенні багатьох сторін самовираження особистості в сферу дозвілля.

Для реалізації даної мети в роботі вирішувалися **завдання** в наступній логічній послідовності:

- розкрити сутність географії міжнародних туристських потоків;
- обґрунтувати та систематизувати методи статистичного обліку туристів і кількісних показників, що характеризують масштаби туризму;
- дослідити умови, фактори формування рекреаційного середовища та географічного розподілу міжнародних туристичних потоків;
- проаналізувати вплив рівня соціально-економічного розвитку, на величину туристських потоків;
- оцінити наявний стан рекреаційного середовища, як необхідної складової розвитку туризму;
- охарактеризувати найбільші туристичні регіони країн світу в системі міжнародних туристичних потоків;
- визначити сучасні географічні тенденції у формуванні та спрямованості міжнародних туристичних потоків.

Об'єктом дослідження є - географія міжнародних туристських потоків.

Предметом дослідження виступають особливості та сучасні географічні тенденції у формуванні міжнародних туристичних.

В роботі були використані наступні методи наукового дослідження:

- наукового прогнозу при прогнозуванні ефектів від запропонованої концепції;
- дослідження самого процесу туристичної діяльності, для вивчення і узагальнення досвіду з проблеми туристичних потоків, спостереження за діяльністю організаторів туристичної діяльності та за поведінкою туристів;
- структуризації цілей для визначення та постановка цілей для ефективного розвитку туристичних потоків;
- проведення аналогій для визначення подібності туристичних регіонів за певними ознаками та якостями;

•взірцеві моделей (об’єктом дослідження є провідний туристичних регіон, як приклад правильного та ефективного використання рекреаційного потенціалу регіону).

Теоретико-методологічну основу дослідження скали праці Король Олександр Дмитрович [29,30,31], Брусільцева Ганна Миколаївна [32], Зайцева Валентина Миколаївна, Корнієнко Ольга Миколаївна [33], Снігур Катерина Володимирівна [34], Охріменко Алла Григорівна [35].

Практична цінність отриманих результатів полягає у формуванні концепції, яка створена з метою покращення та збільшенні міжнародних туристичних потоках у світі.

Інформаційна база. Інформаційну базу дипломної роботи становили праць вітчизняних та закордонних вчених, збірник Державної служби статистики України, матеріали Всесвітньої туристичної організації UNWTO, інтернет-джерела, фахові періодичні видання.

Структура дипломної роботи.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі розглядаються теоретичні основи географії міжнародних туристичних потоків, їх сутність та методи дослідження.

Другому розділу характерний аналітико-дослідницький характер. Тут розглядається вплив рекреаційного середовища регіонів світу на географію міжнародних туристичних потоків. Визначаємо фактори формування туристичних потоків та вплив на них рекреаційного середовища. Також розділ посвячений ролі рівня соціально-економічного розвитку на стан міжнародних туристичних потоків.

Третій розділ спрямований на досягнення мети дослідження. У розділі розбираються особливості та сучасні тенденції у формуванні міжнародних туристичних потоків. Найбільші туристичні регіони світу та їх особливості формування та сучасні географічні тенденції.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕОГРАФІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

1.1. Міжнародні туристичні потоки та ключові фактори впливу на їх формування і розвиток у сучасному світі

Для постіндустріального етапу розвитку світового господарства характерне швидке збільшення туристичних потоків. Туризм - одна з форм міграції населення, не пов'язаної зі зміною місця проживання. За останні десятиліття міжнародний туризм отримав значний розвиток у всьому світі. Через залучення все більшої кількості людей в туристські потоки, стрімко зростають масштаби туризму. Сьогодні міжнародний туризм трансформує колись закриті товариства на відкриті універсальні, де контакти між людьми з різних країн стають повсякденною реальністю. Це задовольняє потреби людей у зустрічах і обмінах з іншими культурами. Під туристськими потоками розуміються переміщення туристів з одного певного місця, місця проживання в інші місця, що володіють будь-яким ресурсом і туристською пропозицією. Заміна та кон'юнктурні зміни туристських напрямків можуть обумовлюватися мотиваційними (стомлення від перевантажених і галасливих центрів), економічними (інфляцією, коливанням валют), соціальними причинами тощо.

Головними країнами, що експортують туристські потоки на міжнародному рівні є:

- в Європі: Центральноєвропейський і Північноєвропейський ринки (Німеччина, Великобританія, Франція, країни Скандинавського півострова);
- в Америці: Канада і США;
- в Азії: Японія.

Головними приймаючими міжнародними ринками є:

- в Європі: середземноморські європейські, азіатські й африканські країни; істотну роль грає внутрішньо європейський обмін, особливо між країнами Європейського союзу;
- в Азії: Близький Схід (Ізраїль, Єгипет, Туреччина, Йорданія, Сирія); Індія, Непал; Таїланд, Філіппіни;
- в Америці: США, Мексика, країни Карибського регіону, а також Перу і Бразилія;
- в Африці: Кенія, острови Індійського океану (Сейшельські, Мальдівські), Маврикій, Туніс, Марокко, Зімбабве, Танзанія та ПАР.



Рис. 1.1. Карта найпопулярніших туристичних напрямків у 2021 році

Туристські потоки проходять через туристський центр - це територія, що володіє крім туристських ресурсів відповідною інфраструктурою (транспортні шляхи, готелі, ресторани, розваги і т.д.) для обслуговування значних туристських контингентів. За функціональною структурою розрізняються туристські центри: спортивні, культурно-історичні, релігійні, торгові, ділові, розважальні, кліматичні, фольклорні. Потоки туристів можуть розвиватися всередині або поза однієї країни, утворюючи концепції внутрішнього і зовнішнього туризму. Зовнішній туризм відбувається між

двома і більше країнами, при якому турист перетинає національні кордони. Зовнішній туризм за своїм змістом збігається з таким ємним поняттям, як міжнародний. В реальності виїзд за кордон наштовхується на різного роду перешкоди, так звані туристські формальності. Це - оформлення закордонних паспортів і віз, проходження митних процедур, валютний і медичний контроль.

Туристичні формальності, пов'язані з перетином державних кордонів, є невід'ємною частиною міжнародного туризму і виступають в якості головної його особливості. Чим глибше відмінності між грошовими системами держав, чим більше перешкод на шляху вільного пересування людей між країнами, чим глибші мовні бар'єри, що розділяють народи, тим істотніше відмінності міжнародного туризму від внутрішнього. У напрямку туристського потоку міжнародний туризм ділиться на в'їзний і виїзний. Один і той же турист може бути розглянутий як той, що виїжджає і в'їжджає одночасно, в залежності від того, по відношенню до якої країни описується його переміщення. Розрізняють країну походження туриста, яку він залишає з метою подорожі і країну призначення, куди він прибуває. У першому випадку - виїзний, в другому - в'їзний туризм. Ці терміни використовуються стосовно до зарубіжного подорожі на початку поїздки. На зворотньому шляху турист просто повертається додому.

Внутрішній туризм - це міграційні потоки людей з одного географічного району в інший в межах країни постійного проживання з метою відпочинку, занять спортом і іншими туристичними цілями [30]. На відміну від міжнародного, внутрішній туризм не пов'язаний з перетинанням державного кордону і, отже, не вимагає дотримання туристичних формальностей. Єдина грошова одиниця, єдність мови сприяють широкому розвитку цього виду туризму. Тому не випадково на частку внутрішнього туризму припадає 80% всіх туристських поїздок. Незважаючи на істотні відмінності, міжнародний і внутрішній туризм, наприклад, у багатьох країнах Західної Європи або Північної Америки найтіснішим чином пов'язані між собою, доповнюючи

один одного. Внутрішній туризм виступає свого роду каталізатором міжнародного туризму. Він сприяє освоєнню нових рекреаційних ресурсів та регіонів, створення базової туристської інфраструктури, підготовці фахівців і тим самим, сприяє процесу інтеграції країн в міжнародну індустрію туризму. Через спрощення туристичних формальностей, щодо міжнародного і внутрішнього туризму через об’єднання країн, туризм зробив великий крок уперед. Прикладом цього є об'єднана Європа. На засаді Шенгенських угод 26 європейських країн утворили валютно-економічний союз із загальною грошовою одиницею - євро і вільним переміщенням товарів, капіталів, послуг і робочої сили, що веде до фактичного скасування кордонів. Це відкриває широкі перспективи для подальшого зростання туристських обмінів між державами Європейського Союзу, так як зробить більш порівнянними ціни і збільшать конкуренцію. Туристські потоки утворюються за допомогою попиту і пропозиції. Туристський попит і пропозиція мають основоположне значення для розуміння окремих проблем і механізмів функціонування туристичних потоків.

Туристська пропозиція - це товари і послуги, які можуть бути запропоновані споживачеві в тому чи іншому місці. Туристський попит формується під впливом численних об'єктивних і суб'єктивних факторів: демографічних, природно-географічних, соціально-економічних, науково-технічних та іншими. Розширенню туристського попиту в останні десятиліття сприяли: високий рівень соціально-економічного розвитку, поява нових цінностей в психології сучасної людини, виникнення «подорожей з інтервалами», зміна стилю відпочинку з підвищеним інтересом до пізнавального туризму. При всьому вражаюче зростання індустрії гостинності, саме якісні зрушення в туристичному попиті і пропозиції визначали розвиток міжнародного туризму в останні десятиліття, результатом якого є поява нових сегментів в структурі споживання. Менш динамічною є категорія туристичної пропозиції, хоча і в ньому в останні десятиліття відбувалися глибинні зміни. Стримуючим фактором розвитку туристичних

потоків є відставання туристської пропозиції від туристичного попиту через нееластичність туристського пропозиції, тобто порівняно низькій швидкості реакції постачальників на зміни ринкової ситуації. Постачальники туристських послуг з великим відставанням пристосовуються до коливань попиту в часі і просторі, що пояснюється значною часткою основного капіталу в загальних витратах. В умовах, що склалися індустрія туризму безперервно веде пошук ефективних шляхів адаптації туристськогої пропозиції до змін туристського попиту.

За критерієм часу потоки поділяються за часом перебування і сезонності. За критерієм простору виділяються різні зони або території за інтенсивністю відвідуваності. За критерієм витрат підрозділ йде в залежності від числа відвідувачів, джерелами (пунктам відправлення), напрямками, віком, цивільному положенню, купівельної спроможності і витрат на туризм. Туристські витрати включають в себе витрати на проживання, транспортні покупки, культурну діяльність і розважальні програми.

Поділ туристів, виходячи з аналізу туристських потоків, обумовлюється наявністю двох географічних сторін, які визначаються як "країни, що відправляють" і "країни, які приймають" туристів. Країна, що направляє туристів - це така країна, яка завдяки, в основному, високому соціально-економічному рівню розвитку направляє туристські потоки в інші країни, що мають ресурси. Країна, що приймає туристів - це країна, яка завдяки своїх природних, історичних, кліматичних та інших умов і розвиненій інфраструктурі привертає до себе потоки туристів. У цих країнах туризм є джерелом економічного розвитку. Туристські потоки тісно пов'язані з центрами з прийому туристів і залежать від цілого ряду природних (географічне розташування, клімату, ін.) і гуманітарних чинників (історія, соціальна поведінка, звички, ін.). Ці центри з прийому знаходяться в так званому туристському просторі, яке має специфічні характеристики і суттєво відрізняється від територій, не пов'язаних з туризмом. Потоки, з точки зору соціології, є сукупністю груп туристів, які прямують в спеціальні центри з

метою проведення вільного часу, дозвілля, здійснення подорожі. Туристський центр - це територія, що володіє крім туристських ресурсів відповідною інфраструктурою (транспортні шляхи, готелі, ресторани і т.п.) для обслуговування значних туристських контингентів. Ці центри бувають мало змінені в природному відношенні, культурно-історичні, урбанізовані і інші. Значні території або центри по відвідуваності туристами зосереджені в Європі і Америці, їх можна класифікувати за щільністю спрямованим до них потоків.

Отже, шляхи перетину цих потоків в контрольному географічному місці або їх протяжність в конкретному просторі визначаються статистичним шляхом. Злиття туристичних потоків в певних географічних ареалах у зв'язку з їх привабливістю, формує туристські центри, які економічно і соціально впливають на ці потоки. Наприклад, узбережжі Середземного моря є світовою географічною зоною, яка в останні три десятиліття перетворилася в найбільший регіон туризму в світі.

1.2. Сучасні методи та підходи для вивчення географії міжнародних туристичних потоків

При дослідженні міжнародного туризму необхідно оперувати кількісними показниками. Початок систематичного обліку туристичних потоків було покладено в першій половині XX ст. Статистика подорожей на той час не мала самостійного значення. Збір та обробка відомостей здійснювалася в інтересах національної безпеки, контролю за міграційними процесами та дотримання законодавства про оподаткування. Об'єкти вивчення туризму - туристи, ще не виділялися в якості особливої категорії і враховувалися разом з іншими подорожуючими особами. З збільшенням обсягу і економічного значення туризму йшов розвиток статистики. Статистика міжнародного туризму включає два основні розділи: статистику туристських потоків і статистику туристських доходів і витрат. Статистика приїжджих містить кількісну характеристику туристських потоків в світі. Їх

обсяг неухильно підвищується і свідченням цього є статистичні дані. Якщо в 1997 році - 617 млн чол., то в 2019 міжнародних туристичних поїздок склало 1,5 млрд.

Статистичні дані про прибуття іноземних туристів групуються по країнам постійного проживання туристів, місяці заїздів, виду використовуваного транспорту і мети подорожі.

Інший показник статистики туристичних потоків - тривалість перебування іноземних туристів в країні. За одиницю обліку тривалості перебування прийнята ночівля або туро-день - одна доба, проведені одним туристом в даній місцевості (країні). Тривалість перебування іноземних туристів в країні протягом певного періоду часу, тобто загальна кількість туроднів (Т), розраховується за формулою:

$$Т = А * Ь, \text{ де} \qquad (1.1)$$

А - число приїжджих, чол.; Ь - середня тривалість перебування одного туриста в країні, добу.

За рекомендацією Світової організації торгівлі статистичні дані про ночівлі іноземних туристів групуються по календарних місяцях, типу і категорії засобів розміщення, а також територіальною ознакою. На відміну від статистики приїжджих, що дає загальне уявлення про обсяг туристичних потоків, статистика тривалості перебування містить характеристику туристських подорожей. Розглянуті вище показники туристських потоків, які застосовуються не тільки при статистичному обліку іноземних туристів, що відвідують цю країну, а й щодо місцевого населення, яке відбуває за кордон. Тим самим забезпечується порівнянність баз даних в'їзного та виїзного туризму. Аналіз ролі окремо взятої країни в туристичному обміні можна провести за допомогою коефіцієнта інтенсивності туристських поїздок населення кожної з цих країн, який обчислюється за такою формулою [24]:

$$Кт.п - = Е \text{ туристів} / Е \text{ населення або } К \{= Т / Р, \qquad (1.2)$$

де К | - коефіцієнт інтенсивності туристських поїздок, Т - число туристів за певний період, Р - чисельність населення країни.

Цей простий показник дає досить характерну інформацію про те, наскільки розвинені в країні схильності населення до використання вільного часу за кордоном, які залежать від економічних, соціальних, культурних, психологічних та інших чинників. Інтенсивність туризму в тій чи іншій країні є найважливішим показником завершення процесу формування масового туризму. Інтенсивність туризму показує, яка частина (%) населення країни щорічно здійснює хоча б одну туристичну поїздку (нетто-інтенсивність); а відношення числа зроблених в досліджуваний період туристських поїздок до загальної чисельності населення називають брутто-інтенсивністю. Коли інтенсивність туризму перевищує 50%, то можна говорити про сформованому масовому туризмі, в якому бере участь велика частина населення.

Багато розвинених країн з високим рівнем доходу на душу населення мають високі показники інтенсивності туристичних потоків. Сальдо туристського потоку у цих стан негативне. Ці країни - експортери туристів. Однією з найбільш значущих рис географічного розподілу взаємного туристичного потоку - сезонність, що негативніо впливає на економіку туризму. Напруженість туристського потоку в сезон - пік, повинна відповідати певна напруженість всієї системи обслуговування туристів і обумовлює нерівномірне завантаження туристських підприємств і транспорту, породжуючи проблеми.

Для характеристики нерівномірності рекреаційного потоку використовується кілька показників. Найпростішими з них є три варіанти одного і того ж показника [24]:

- До н. = (П макс. / П хв.) Х 100%;
- До н. = (П макс. / П рік) х 100%;
- До н. = (П макс. / П см) х 100%,

де Кн. - коефіцієнт нерівномірності; П - потік.

За першим варіантом показник розраховується як відношення числа ночівель в місяці максимального потоку до числа ночівель в місці мінімального потоку; другий варіант - відношення числа ночівель

максимального місячного потоку до річного числа ночівель; третій варіант - відношення числа ночівель в місці максимального рекреаційного потоку до середньомісячної кількісті ночівель.

Якщо r = t / T, то туристський рух рівномірний, якщо r> t / T, то туристський рух посилюється вище середньої норми, а якщо r < t / T, інтенсивність туристського руху нижче середньої норми. При вивченні міжнародних туристичних потоків використовують різні форми збору інформації. Дані про міжнародний туризм можна отримувати через звітність або за допомогою спеціально проведених обстежень. У першому випадку статистичні відомості одержують від підприємств, установ, організацій і т.п. за встановленими формами у зазначені терміни. Облік на кордоні ведеться за допомогою митного контролю при в'їзді та виїзді з країн. Він здійснюється на всіх контрольно-пропускних пунктах, в аеропортах, морських портах і т.д. Незважаючи на широке поширення цього методу, він, однак, має істотний недолік. Облік числа туристів, за кількістю перетинів кордону, призводить до повторного рахунку і, як наслідок, багаторазового завищення загального обсягу туристських потоків. Туристи враховуються і в містах розміщення, де вони заповнюють облікову картку, яка міститиме відомості: кількість прибулих людей, громадянство або країна проживання, дата заїзду і тривалість перебування. Ці дані дозволяють контролювати завантаження готельної бази, але повної інформації про їх перебування він не забезпечує, тому що не всі засоби розміщення надають статистичну звітність. Матеріали прикордонної та готельної реєстрації не враховують одноденні екскурсії, транзитних пасажирів. Для розрахунків, пов'язаних з короткими нетривалими поїздками і для більш високої точності обліку туристичних потоків, необхідно поєднання основних методів статистичного спостереження зі спеціальними обстеженнями, наприклад, анкетними опитуваннями туристів, як метод, за допомогою якого можливо отримати відомості від безпосередніх об'єктів дослідження. Спеціальне обстеження може бути здійснено по-різному. В одних випадках, анкетні опитування проводяться за територіальною ознакою,

в інших - по соціально-демографічним, по-третє - соціологічні дослідження безпосередньо в туристських районах.

Розрахунок потоку туристів проводиться за такою формулою [24]:

$$E\ I.T.. = (£\ з\ Оз + Їв\ Ол\ ) * N\ пор., \quad (1.3)$$

де Е І.Т. - кількість туристів, людино-днів за рік; £ з - кількість цілорічних місць в курортних установах; Оз - оборотність койко-місць в зимовий сезон (результат ділення кількості обслугованих іноземних туристів на число / місць) ; Їв - кількість місць в туристських установах в сезон-пік; Ол - оборотність койко-місць в сезон-пік; N пор. - середнє число екскурсійних днів за час перебування.

Кількість екскурсантів визначається шляхом ділення числа екскурсантів в сезон на тривалість сезону в днях. Необхідною умовою розвитку туризму є наявність засобів забезпечення туризму, які складаються з коштів розміщення, обслуговування та пересування. Розрахунок за коштами розміщення проводиться на основі річної і сезонної чисельності туристів в даній місцевості і врахування особливостей забезпечення для кожної складової потоку. При цьому для іноземного туризму передбачається закриті режимні мсця розміщення і обслуговування. Засоби пересування вибираються загальнодоступні. Місця розміщення туристів поділяються за способами розміщення (готелі, кемпінги), за місцем проживання (в туристських центрах і маршрутних установах) та за розрядами розміщення (люкс, перший клас, туристський клас).

Потреба в місцях визначається на весь рік і особливо для сезону пік. Різниця між ними використовується для визначення кількості необхідних цілорічних місць.

Розрахунок кількості засобів розміщення туристів здійснюється за формулою [24]:

$$М\ р.с. = (І\ О.П. * До\ п.) / (Про\ пор. * К\ з.), \quad (1.4)$$

де М р.с. - число необхідних місць розміщення по сезонах ; До п. - коефіцієнт сезонної нерівномірності потоку; Про пор. - середнє число койко-

місць в період; Кз. - коефіцієнт завантаження (становить 0,9 в режимних установах і 0,75 - в НЕ режимних).

Рухливі засоби технічного обслуговування туристів поділяються на прикладі маршрутів: лінійні, радіальні та осілі; за якістю послуг: функціональні та рекреаційні; за місцем розміщення: туристські центри і маршрутні установи; по класу значущості - міжнародні. Рухливі засоби технічного обслуговування міжнародного класу передбачають високий рівень комфорту, максимум занять і послуг.

Розрахунок кількості коштів обслуговування за видами послуг проводиться за формулою [24]:

$$М\ обидві. = (Н\ в. * Обс. * £\ обс. * До\ п.) / Т, \quad (1.5)$$

де М обидві. - кількість необхідних місць в установах обслуговування по рекреаційним періодам (влітку, взимку, в міжсезоння); Н в. обидві. - норматив на 1000 туристів; £ обидві. - загальний річний потік туристів; До п. - коефіцієнт сезонної нерівномірності річного потоку туристів; Т - тривалість рекреаційного періоду, днів.

Введення в експлуатацію сезонних засобів обслуговування в залежності від наростання потоку туристів і особливостей обслуговування розраховується за формулою [24]:

$$£\ об. = (£\ клр. + £\ пр.\ Т. + £\ пл.\ Т. + £\ Н.Р.) + £\ м.н. \quad (1.6)$$

де £ об. - кількість сезонних засобів обслуговування; £ клр. - кількість туристів, людино-днів за рік; £ пр. т. - річний потік приміських туристів, людино-днів; £ пл. т. - кількість організованих планових туристів, людино-днів; £ м.н. - загальна кількість місцевого населення, що користується засобами обслуговування; £ Н.Р. - кількість неорганізованих самодіяльних туристів, людино-днів.

Великі масштаби міжнародного туризму стали можливі при інших рівних умовах завдяки зростанню технічних можливостей, транспортних засобів пересування - залізничного, автомобільного, морського і авіаційного.

Розрахунок кількості транспортних одиниць по кожному способу пересування і по рекреаційним періодів проводиться за такою формулою [24]:

N тр. = П макс. * (К тр. * До п.) / 1-п * (К н. * К з.) (1.7)

де N тр. - число транспортних одиниць в рекреаційний період; XV 1-п - провізна здатність транспортних засобів; П макс. - максимальний потік туристів в рекреаційний період; До тр. - коефіцієнт потоку, що припадає на розрахунок за видом транспорту; Кз. - коефіцієнт завантаження транспортних засобів; Кн. - коефіцієнт використання засобів пересування.

На формування туристичних потоків великий вплив має фонд відпускного часу населення. Тривалість відпустки у окремих категорій робітників і службовців різна, тому її необхідно розглядати в розряді окремих соціальних груп. Крім того, необхідно враховувати загальну вибірковість населення різних форм і видів активного відпочинку і туризму. Тоді загальний фонд відпускного часу і обсяг потенційного попиту на різні види туризму можна визначити відношенням [24]:

0 = 1 N1 I /, ¡= 1 (1.8)

де 0 - загальний фонд відпускного часу населення, людино-днів; N1 - чисельність робітників і службовців соціальної групи; середня тривалість відпустки робітників і службовців ¡-й соціальної групи; I / - загальна вибірковість / -ого туризму; п - число соціальних груп, які мають щорічну оплачувану відпустку.

Основою територіальної організації рекреаційної діяльності є рекреаційна потреба. При кількісному зростанні рекреаційних потреб можна судити за величиною обсягом рекреаційних потреб населення, яка визначається за формулою :

де V - рекреаційні потреби населення, чол. / днів, N - чисельність населення, I - рекреаційне час, дні.

Обсяг рекреаційних потреб може розглядатися як стосовно до всього населення, так і стосовно його різним віковим і професійним групам. В якості рекреаційного часу може враховуватися число вихідних днів, тривалість

відпустки, вільного часу протягом дня. З підвищенням рівня життя зростає обсяг рекреаційних потреб. З ростом рекреаційних потреб пов'язане і збільшення, з кожним роком, потоку людей, що виїжджають за межі свого місця проживання.

Для більш правильної організації і перерозподілу туристичних потоків велике значення має прогноз розвитку туризму. Звертаючись до прогнозів Світової організації торгівлі про кількість приїжджих в окремих регіонах, а також сумарними показниками, отриманими на їх основі, можна прогнозувати туристські потоки в світі.

Для складання прогнозу розвитку туризму можна використовувати наступну формулу [24]:

$$Рг = Р1 * е £ п\ 100 \qquad (1.9)$$

Р 1 - обсяг туристичного потоку в вихідний момент; Рг - обсяг туристичного потоку в прогнозований момент; Комерсант - щорічний приріст,%; п – кількість років між двома датами.

Методи вивчення рекреаційних потоків ще не досконалі. Дуже мало відповідних праць, які визначали методи дослідження рекреаційних потоків. Існують і інші практичні складності при зборі статистичних даних. Це пов'язано перш за все з тим, що туризм охоплює безліч різноманітних галузей народного господарства. Туристську індустрію обслуговують близько 23 галузі народного господарства. Крім того, наука про туризм, так само як і сам предмет дослідження, ще відносно молода і знаходиться в процесі становлення. Паралельно формуються інститути з вивчення проблем туризму і статистичного обліку туристичного виробництва.

В дослідженні теми дипломної роботи, використовувалися ряд методів.

- наукового прогнозу при прогнозуванні ефектів від запропонованої концепції.
- дослідження самого процесу туристичної діяльності, для вивчення і узагальнення досвіду з проблеми туристичних потоків, спостереження за діяльністю організаторів туристичної діяльності та за поведінкою туристів.

- структуризації цілей для визначення та постановка цілей для ефективного розвитку туристичних потоків.
- проведення аналогій для визначення подібності туристичних регіонів за певними ознаками та якостями.
- взірцеві моделей (об’єктом дослідження є провідний туристичних регіон, як приклад правильного та ефективного використання рекреаційного потенціалу регіону).

1.3. Теоретичні моделі і підходи до удосконалення формування міжнародних туристичних потоків застосовуються на сучасному етапі

Міжнародні туристичні потоки є важливим елементом глобальної економіки, що впливає на розвиток різних секторів економіки, зокрема транспортної інфраструктури, готельно-ресторанного бізнесу, культури та сфери послуг. У контексті глобалізації та зростаючої мобільності населення, зростання туристичних потоків стає одним із ключових індикаторів світових тенденцій та змін у міжнародних відносинах.

На сучасному етапі розвитку туризму існує необхідність удосконалення підходів до формування та управління міжнародними туристичними потоками. Традиційні моделі вже не можуть у повній мірі відповідати викликам сучасності, що пов’язані з екологічною стійкістю, цифровими технологіями, змінами в потребах туристів та геополітичними факторами. Тому розробка нових теоретичних підходів та моделей управління міжнародними туристичними потоками стає важливою науковою і практичною задачею.

Основні теоретичні моделі, які використовуються для вивчення та управління міжнародними туристичними потоками, охоплюють широкий спектр підходів, що допомагають пояснити складність та динаміку цього процесу.

Модель попиту і пропозиції в туризмі ґрунтується на взаємодії між споживачами туристичних послуг та можливостями туристичних напрямків надавати ці послуги. Попит визначається вподобаннями та потребами туристів, а пропозиція залежить від здатності дестинацій задовольнити ці потреби. Взаємодія між цими елементами формує обсяг туристичних потоків та їх напрямки.

На попит впливають такі чинники, як рівень доходів туристів, вартість туристичних послуг, соціально-культурні й політичні умови, а також технологічний прогрес, зокрема розвиток цифрових платформ для бронювання. Важливу роль відіграє сезонність, яка може змінювати характер попиту протягом року.

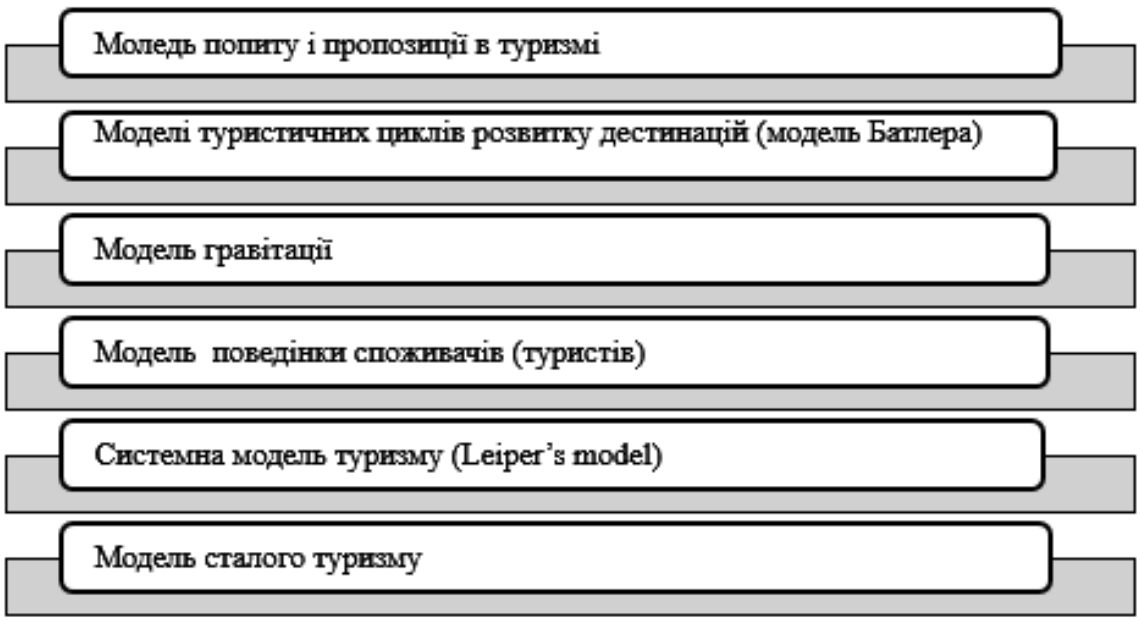


Рис. 1.1. Теоретичні моделі для вивчення та управління міжнародними туристичними потоками

З іншого боку, на пропозицію впливають інфраструктура дестинації, включно з транспортною, готельною та розважальною складовими, природні й культурні ресурси, якість туристичних продуктів, а також державна політика щодо розвитку туризму.

Ця модель дає змогу зрозуміти, як співвідношення між попитом і пропозицією впливає на обсяги туристичних потоків. Особливо важливо

вивчати гнучкість попиту, тобто те, як зміни у цінах чи умовах доступу до дестинації можуть змінювати кількість туристів.

Модель туристичного циклу життя дестинації (Butler's Tourism Area Life Cycle – TALC) описує процес еволюції туристичного напрямку від моменту його відкриття до потенційного занепаду. На початковому етапі, дестинація тільки починає приймати туристів, і попит поступово зростає. Далі слідує етап швидкого зростання, коли туристичний потік збільшується, а інфраструктура активно розвивається. Після цього настає період насичення, коли дестинація досягає піку популярності, і потік туристів стабілізується. Якщо не відбувається інновацій чи змін, може настати етап занепаду, коли дестинація втрачає свою привабливість. Проте, у випадку впровадження модернізацій або нових туристичних продуктів, можливий новий підйом, що дозволяє дестинації залишатися конкурентоспроможною.

Аналіз цієї моделі дозволяє прогнозувати можливі шляхи розвитку дестинації, допомагаючи визначити, на якому етапі вона перебуває, та які заходи необхідні для підтримки її популярності. Наприклад, дестинація може уникнути занепаду, якщо впроваджує інновації, розвиває нові продукти або сегментує ринок, пристосовуючись до нових потреб туристів.

Модель гравітації, запозичена з економіки та географії, порівнює туристичні потоки з силою гравітації, що діє між двома точками. Згідно з цією теорією, величина туристичного потоку між країнами або містами залежить від їхнього «виду маси», тобто економічного або туристичного потенціалу, а також від відстані між ними. Чим більшими є економічний потенціал і туристична привабливість, і чим ближче розташовані дестинації одна до одної, тим більший туристичний потік між ними.

Модель гравітації дозволяє прогнозувати туристичні потоки, враховуючи економічний рівень країн, культурні та історичні зв'язки, а також інфраструктуру, зокрема транспортну доступність. Вона ефективно використовується для аналізу потоків між різними країнами або регіонами, надаючи точні прогнози щодо можливого обсягу туристів і напрямів їх руху.

Моделі поведінки споживачів зосереджуються на вивченні чинників, які впливають на вибір туристами дестинацій, видів відпочинку, тривалості перебування та загальних споживчих уподобань. Вони враховують мотивацію туристів, вплив реклами та маркетингу, а також соціальні й культурні аспекти, що формують туристичний попит. Ця модель є важливою для розуміння процесу прийняття рішень туристами, що, у свою чергу, є ключовим для ефективності маркетингових кампаній і створення продуктів, які задовольняють потреби різних сегментів ринку.

Системна модель туризму, запропонована Джоном Лайпером, розглядає туризм як цілісну систему, що складається з трьох основних елементів: географічної точки походження, транзитного регіону та точки призначення. Ця модель підкреслює рівнозначну важливість усіх трьох елементів для успішного функціонування туристичного процесу, дозволяючи враховувати не лише саму дестинацію, але й значення транспорту, логістики та вплив транзитних регіонів.

Моделі сталого туризму спрямовані на забезпечення довгострокового розвитку дестинацій з урахуванням економічних, екологічних та соціальних аспектів. Основна мета цих моделей полягає у досягненні туристичного розвитку, який не завдає шкоди майбутнім поколінням і сприяє збереженню природних ресурсів. У світі, де зростає екологічна свідомість суспільства, ці моделі набувають дедалі більшого значення, оскільки пропонують стратегії для зменшення негативного впливу туризму на природні та культурні ресурси.

Кожна з цих моделей пропонує унікальні інструменти для аналізу і управління міжнародними туристичними потоками, дозволяючи дослідникам і практикам враховувати різні аспекти, від економічних до екологічних. Їх комбінація формує багатовимірний підхід до прогнозування та оптимізації туристичних потоків у глобальному контексті.

Оцінка ефективності існуючих моделей і підходів до формування міжнародних туристичних потоків може здійснюватися через визначення

низки критеріїв та індикаторів, які відображають успішність їхнього реального застосування.

По-перше, важливими критеріями є економічні показники, такі як загальний обсяг туристичних доходів, кількість туристів, що відвідують дестинацію, та витрати на одного туриста. Вони дозволяють оцінити вплив обраної моделі на економіку місцевості.

По-друге, соціально-культурні аспекти також грають важливу роль у оцінці ефективності. Це можуть бути індикатори, що стосуються рівня задоволеності туристів, впливу на місцеву культуру, а також ставлення місцевого населення до туризму. Вивчення цих аспектів може вказувати на соціальну стійкість дестинації.

Третім критерієм є екологічна стійкість, яка включає моніторинг впливу туризму на навколишнє середовище. Індикації збереження природних ресурсів, зменшення забруднення та підтримка біорізноманіття можуть служити основою для оцінки екологічної ефективності моделі.

Крім того, варто врахувати інфраструктурні показники, такі як наявність та якість транспортних і готельних послуг, а також доступність туристичних об’єктів. Ці елементи суттєво впливають на загальне враження туристів і можуть бути індикаторами успішності реалізації моделей.

Оцінка ефективності може бути здійснена через аналіз даних з різних джерел, таких як статистичні звіти, опитування туристів і місцевого населення, а також дослідження впливу на довкілля. Застосування комплексного підходу до оцінки дозволить створити об'єктивну картину успішності різних моделей і підходів до формування міжнародних туристичних потоків.

Сучасні підходи до удосконалення формування міжнародних туристичних потоків активно використовуються для адаптації до нових викликів і потреб туристичної галузі. Серед основних стратегічних підходів, які застосовуються на практиці, можна виділити кілька ключових напрямків: використання цифрових технологій, розвиток сталого туризму, управління за

допомогою великих даних (big data) та прогнозування, співпраця між урядами та приватним сектором, маркетинг і просування бренду дестинації.

Цифровізація стала важливою частиною туристичної індустрії, що включає онлайн-платформи для бронювання, віртуальні тури та мобільні додатки, які спрощують процес планування подорожей і роблять його більш зручним для споживачів. Використання штучного інтелекту і чат-ботів допомагає підвищити якість обслуговування туристів, забезпечуючи персоналізовані рекомендації та автоматизовану підтримку в реальному часі.



Рис. 1.2. Сучасні підходи до удосконалення формування міжнародних туристичних потоків

Сталий розвиток туризму стає пріоритетом для багатьох дестинацій. Він спрямований на зменшення впливу на довкілля, збереження культурної спадщини та забезпечення економічної вигоди для місцевих громад. Заходи в межах цієї стратегії включають зменшення вуглецевого сліду, підтримку екологічно чистого транспорту та захист природних ресурсів і культурних пам'яток.

Управління на основі великих даних дозволяє збирати та аналізувати великі масиви інформації для кращого розуміння поведінки туристів,

визначення ключових тенденцій та оптимізації маркетингових кампаній. Використання даних про попит, уподобання туристів та рівень задоволеності допомагає прогнозувати потоки і відповідно коригувати стратегії розвитку.

Співпраця між урядами і приватним сектором також відіграє важливу роль у розвитку інфраструктури та створенні нових туристичних продуктів. Партнерські проєкти дозволяють покращити транспортну доступність, розвивати нові маршрути і ініціативи, які відповідають глобальним тенденціям і потребам туристів.

Маркетинг і просування бренду дестинації за допомогою цифрових медіа та соціальних мереж дозволяють активно популяризувати туристичні продукти, орієнтовані на конкретні аудиторії. Інфлюенсери, цифрові кампанії та цільова реклама роблять дестинацію більш впізнаваною і привабливою для потенційних туристів.

Використання цих сучасних підходів сприяє більш ефективному формуванню міжнародних туристичних потоків, допомагає адаптуватися до нових викликів і тенденцій ринку, підвищує конкурентоспроможність дестинацій і забезпечує довгострокову стійкість туристичної індустрії.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ВПЛИВУ РЕКРЕАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНІВ СВІТУ НА ГЕОГРАФІЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

2.1. Фактори формування і впливу на географію туристичних потоків

Міжнародний туризм, як і будь-який інший соціально-економічний процес, розвивається відповідно до визначених законів, має свої «рушійні сили». На формування територіальної організації рекреаційної діяльності впливають ряд умов і факторів. Слід розрізняти умови і чинники, що впливають на територіально-рекреаційну систему (ТРС), і фактори, що її формують [25].

Основний фактор, що обумовлює створення рекреаційного підприємства та місць відпочинку - потреби суспільства. Однак вони не можуть бути задоволені, якщо не будуть враховані економічні і природні фактори, які реалізують можливість створення як окремих об'єктів відпочинку, так і територіальних рекреаційних систем в рамках країни і світу. У географічному аспекті найбільш важливі ті з факторів, які призводять до формування підприємств відпочинку в деяких точках, тобто локалізуючих. Ці фактори історично мінливі і для них характерно чітко виражена просторова приуроченість. Найважливішими локалізуючими факторами є: система розселення, транспорт, земельні ресурси, межі територій та культурно-історичні ресурси. Прагнення наблизити місця відпочинку до центрів розселення, зменшити транспортні витрати та обмеженість неробочого часу перешкоджають повсюдному розміщенню ТРС, але, у міру зростання багатства суспільства, ці обмеження знімаються.

Істотним локалізуючим фактором є структура земельних ресурсів. Вона впливає на рекреаційне освоєння території, обираючи для нього райони, де переважають менш цінні сільськогосподарські землі. До цієї групи факторів відносяться також адміністративні та інші територіальні межі, це часто є

«бар'єром», що перешкоджає освоєнню земельних угідь. Поділ факторів на дві зазначені групи, звичайно, в деякій мірі умовне, так як такі чинники, як джерела забруднення навколишнього середовища та трудові ресурси надають і локалізують вплив. Всі перераховані фактори тісно взаємопов'язані. До локалізуючих факторів належать: територіальний поділ суспільних функцій, територіальна концентрація і диференціація рекреаційної діяльності, територіальні відмінності в потребах і попиті, транспортна доступність. Фактори, що реалізують потребу у створенні ТРС, пов'язані з властивостями і процесами тимчасових з ТРС, наприклад, розселення, виробництво, транспорт, природних, етнічних та інших систем. Недостатність коштів порушує надійність і цілісність системи, зменшує функціональне розмаїтість систем, вимагає значних організаційних втручань, залучення нових ресурсів.

Таблиця 2.1

Вплив соціально-економічних факторів на туристичні потоки

Фактор	Вплив на туристичні потоки	Приклад
Рівень життя населення	Визначає платоспроможність туристів	Країни з високим рівнем життя є основними постачальниками туристів
Політична стабільність	Впливає на безпеку туристів	Країни з політичною нестабільністю менш привабливі для туристів
Рівень розвитку інфраструктури	Забезпечує комфортне перебування туристів	Країни з розвиненою інфраструктурою приваблюють більше туристів
Вартість послуг	Визначає доступність туристичного продукту	Країни з низькими цінами на туристичні послуги більш популярні серед бюджетних туристів
Культурні особливості	Приваблюють туристів, зацікавлених в інших культурах	Країни з багатим культурним надбанням приваблюють культурних туристів

Формування туристичних потоків не є статичним явищем, а постійно змінюється під впливом різних чинників. Кожен турист має свої індивідуальні потреби та вподобання, що впливають на його вибір туристичного напрямку.

Природні, соціальні та економічні фактори відіграють ключову роль у формуванні туристичних потоків. Клімат, рельєф, водні ресурси, рівень життя населення, політична стабільність, рівень розвитку інфраструктури та вартість послуг – це лише деякі з них. Окрім того, культурні особливості регіону, а також маркетингові кампанії та просування туристичних продуктів значно впливають на вибір туристів.

Варто зазначити, що на туристичні потоки впливають також зовнішні фактори. Політичні події, такі як війни чи терористичні акти, можуть суттєво зменшити кількість туристів у певному регіоні. Екологічні проблеми, наприклад, забруднення навколишнього середовища або природні катаклізми, також можуть відлякати туристів. З іншого боку, розвиток технологій, таких як онлайн-бронювання та мобільні додатки, спрощує процес планування подорожей і змінює поведінку туристів.

Розуміння цих взаємозв'язків є важливим для розвитку туризму. Аналіз статистичних даних, опитування туристів та моделювання туристичних потоків допомагають розробляти ефективні стратегії розвитку туристичних напрямків.

Сучасна картина формування та спрямованості міжнародних рекреаційних потоків є результатом дії кількох груп чинників. Більшість дослідників виділяють наступні основні групи:

• соціально-економічні, що включають рівень розвитку і структуру виробничої та невиробничої сфери, рівень життя, державно політичну стабільність і т.д.;

• природні, що виражаються в обсязі і якості рекреаційних ресурсів як природних, так і антропогенних;

• інфраструктурні, які відображають, перш за все, розвиток соціальної інфраструктури;

• економіко-транспортно-географічного та геополітичного положення по відношенню до головних туристських ринків.

Спільні дії цих груп чинників зумовлюють формування відносно стабільних рекреаційних потоків, що в свою чергу, веде до формування міжнародних туристських регіонів, що характеризуються певною інтенсивністю рекреаційних потоків.

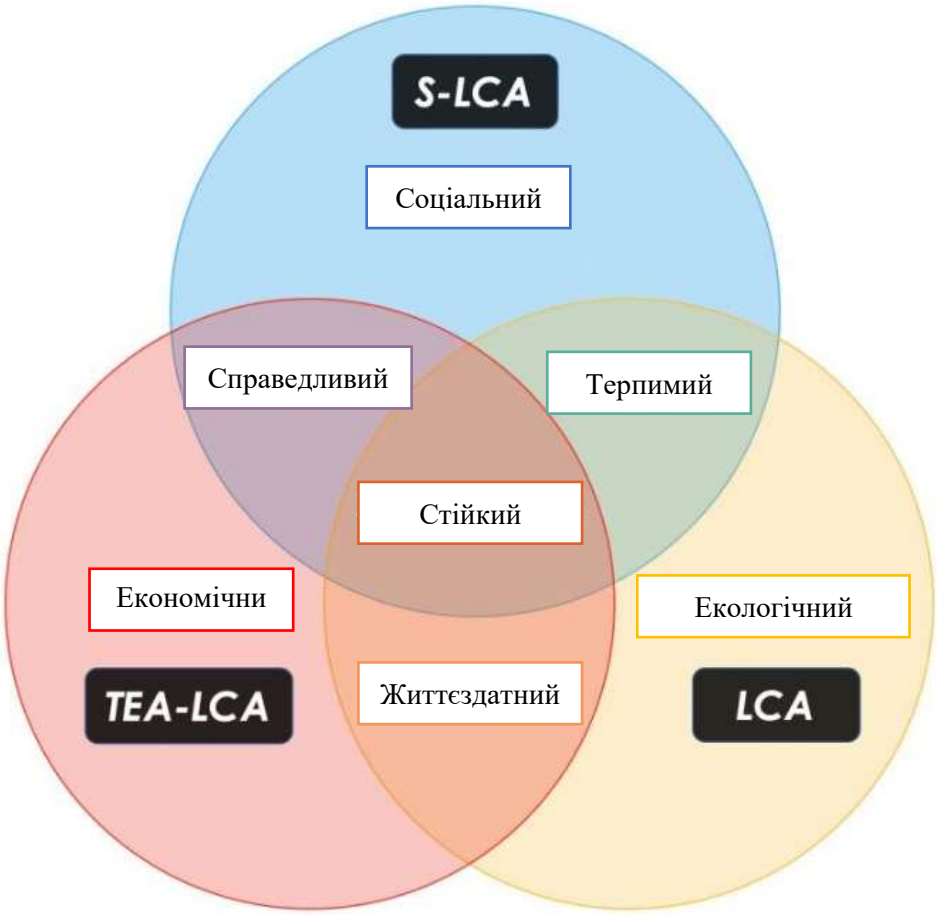


Рис. 2.2. Діаграма Венна, що показує, як екологічні, соціальні та економічні підходи поєднуються для створення стійких систем у туризмі. Ця версія трирівневої моделі стійкості адаптована з версії, представленої в Todorov et al. (2011).

Провідним чинником у формуванні туристичних потоків є соціально економічний фактор. Динамічний розвиток туризму обумовлено дією комплексу соціально-економічних чинників, до яких належать рівень соціально-економічного розвитку і пов'язаний з ним рівень доходів населення,

загальний економічний прогрес, бюджет вільного часу, поліпшення транспортних засобів, прийнятний рівень цін, лібералізація торгово-економічних відносин, вплив засобів масової інформації і т.д. Соціально-економічні чинники в сукупності відображають рівень соціально-економічного розвитку країн і регіонів. Розширення туристських потоків, облаштування нових рекреаційних територій, будівництво туристських комплексів вимагають великих капітальних вкладень. Це все можливо при досить високому рівні соціально-економічного розвитку. Необхідно відзначити, що туризм в значній мірі є відображенням рівня розвитку країн і регіонів планети, але в той же час, сам здатний стимулювати соціально-економічне зростання, створювати додаткові робочі місця. Остання обставина особливо важливо для слаборозвинених регіонів при визначенні ними пріоритетів майбутнього розвитку.

Підвищення культурного рівня веде до збільшення попиту на туристський продукт високої якості, а також до зрушень в смаках, підвищенню інтересу до національних традицій, до фольклору, побуту інших народів. Статистика свідчить про те, що чим вище рівень освіти і культури, тим більша потреба у відпочинку і туризмі, і навпаки. Туристська активність знаходиться в прямо пропорційній залежності від рівня освіти потенційних споживачів. Збільшення туристичних потоків пов'язано також із зростанням чисельності населення. Чисельність і розміщення населення відображаються на формуванні туристичного потоку. Швидке зростання народонаселення Землі супроводжується збільшенням числа споживачів і розширенням туристичних потоків при високому життєвому рівні населення. Темпи приросту населення, досить високі. Демографічний вибух в останні десятиліття відбувається переважно за рахунок країн, що розвиваються, в яких низький життєвий рівень є головною перешкодою на шляху організації масового відпочинку і туризму. В індустріально розвинених країнах, що забезпечують основний приріст числа туристів, населення збільшується уповільненими темпами в результаті падіння народжуваності. Наявність двох крайніх полюсів в економічному і

демографічному зростанні в світі обумовлює територіальну нерівномірність формування туристичних потоків.

Істотний вплив на туристські потоки надає вікова структура населення. Співвідношення окремих вікових груп впливає на загальний обсяг рекреаційних потреб і функціональна різноманітність систем відпочинку. За інших рівних умов рекреаційна рухливість зростає зі збільшенням частки осіб від 30-50 років - основних споживачів туристських товарів і послуг в цивілізованих країнах Європи.

В основі підвищення інтенсивності туризму в старших вікових групах, її нівелювання з аналогічними показниками з традиційними туристичними віковими групами лежать наступні причини: підвищення матеріального добробуту всіх груп суспільства високорозвинених країн; збільшення тривалості життя і зниження пенсійного порогу; зміна негативного психологічного ставлення до старіння.



Рис. 2.2. Найпопулярніші туристичні напрямки серед українців у 2023 р.

https://andreolli.com.ua/dovidnyk-mandrivnyka/najpopulyarnishi-turystychni-napryamky-ukrayintsiv.html

Молоді люди також є важливим і значним елементом туристського бізнесу.

Молодіжний туризм у всьому світі вважається одним з найперспективніших видів туризму.

Дослідження, проведене ЮНВТО і WYSE Travel Confederation, містить ключові зміни в молодіжному туризмі за період з 2012 по 2017 рр. [7]:

• Зростання інформаційної інтенсивності: збільшилася кількість джерел інформації і каналів бронювання.

• Зростання мобільності. Молоді люди мають можливість працювати віддалено навіть у час подорожей, що призвело до збільшення тривалості молодіжних поїздок. Той факт, що молодь може тривалий час жити за межами рідного регіону, робить їх більш щасливими і стимулює до нових подорожей.

• Пріоритет на досвід. Молоді люди все більше подорожують для отримання досвіду, націлені отримати від подорожі максимум користі. Зростає ймовірність, що подорож в пошуках нового досвіду призведе до найбільшим витрат щодо традиційних подорожей.

• Самий популярний серед молоді досвід полягає в можливості пожити як місцеве населення. У 2017 році, при опитуванні, більш 50% респондентів відповіли, що у час подорожі жили як місцеве населення, для порівняння у 2012 році таких мандрівників було тільки 28%. Незважаючи на те, що даний тренд вже давно є частиною стилю молоді, очевидне його зростання, з'являється все більше компаній-провайдерів, що спеціалізуються на даному тренді.

• Зростання економіки обміну. Популярність Airbnb і Uber позитивно впливає на локальну економіку всіх регіонів світу, підтримує місцевих жителів і бізнес, сприяє культурному обміну.

• Зростання популярності подій як засобу залучення молоді та соціально-економічного розвитку території. Майже 19% молодих туристів відвідали музичні фестивалі.

• Гастрономічні фестивалі. За статистикою, витрати відвідувачів фестивалів вище, ніж витрати інших молодих мандрівників.

Поряд з іншими факторами помітний вплив на туристичну активність робить соціально-професійна структура суспільства. Аж до XX ст. туризм носив аристократичний характер. Тільки багаті могли витрачати ту кількість грошей, яка необхідна для туристської діяльності. У XX ст. туристський рух набув масового і демократичного характеру і продовжує охоплювати все нові і нові соціальні групи. Вони численні і динамічні. В наші дні виділити соціальні групи туристсько активного населення важко. Це молоде покоління культурних, серйозних і компетентних людей, інтелігентів із середнім достатком, а також нова генерація споживачів інтелектуально і соціально емансипованих. Учасникам сучасної рекреації є також сім'я зі специфічними потребами.

На формування туристичних потоків великий вплив має урбанізація. Потужні туристські потоки в світі формуються в розвинених країнах з високою часткою міського населення, тобто високо урбанізованих. Майже половина людства сконцентрована в містах і у великих міських агломераціях, і частка їх продовжує збільшуватися. Рекреаційна активність міського населення вище сільського. Міський спосіб життя характеризується високим ритмом життя, суєтою, забрудненістю. Ведучи міський спосіб життя, людина отримує ряд економічних і соціально-побутових і культурних переваг. З іншого боку, людина все далі відривається від природи. Щоб відійти хоча б на час від негативних явищ міського життя, люди виїжджають у туристичні подорожі. Ступінь урбанізованості має більше територіальні відмінності, що відбиваються в територіальній нерівномірності формування рекреаційних потреб.

До факторів, що впливають на міжнародні туристські потоки, відносяться ціннісні орієнтації сучасного рекреанта. Новий тип споживача рекреаційних послуг відрізняють наступні психолого-поведінкові особливості: інформованість, високий рівень освіти, висока вимогливість до комфорту і якості послуг, індивідуалізм, спонтанність рішень, мобільність, фізична і розумова активність на відпочинку, прагнення від життя отримувати

калейдоскоп вражень. Ці зміни в ціннісних установках впливають на спрямованість туристичних потоків. Слід зазначити також вплив традицій і наявність певних стереотипів поведінки. Формується відносно стійка прихильність різних груп людей до місць і форм відпочинку.

Потреби самозбереження людини багато в чому визначають географію туристичних потоків. Більш високий попит пред'являється на тури в регіони зі стабільною суспільно-політичною ситуацією.

На туристські потоки впливає - стан здоров'я територіальної спільності людей-популяцій. Рекреаційна сфера є профілактичної системою, що забезпечує здоров'я популяцій. Цей фактор буде багато в чому сприяти подальшому розвитку таких типів ресурсів, як національні парки, лісопарки, парки в містах тощо. Помітний вплив на розподіл туристських потоків надає національна і міжнародна мода, яка виражається в порівняно короткому за часом панування смаків. Мода впливає на вибірковість людей, які досить часто вибирають місця, масового відвідування іншими туристами, або ті місця, де проводяться різні міжнародні та національні фестивалі т.д. Нове відношення до рекреаційного середовища, зароджуючись у інтелігенції великих міст і розвинених країн, охоплюють рано чи пізно все населення.

Одним з найважливіших факторів, що породили і впливають на міжнародні туристські потоки, слід назвати незмінно зростаючу мобільність суспільства, зумовлену успіхами транспортного будівництва, розвитком повітряного сполучення і здешевленням авіаквитків, автомобільним бумом і доступністю цін на автомобілі для середнього споживача. Вибір транспорту в основному залежить від уподобань туриста, але лідером на сьогоднішній час є все-таки повітряний транспорт через свою зручність і швидкість. Однак якщо повітряний транспорт туристи використовують щоб добрати до країни, то автомобільний, залізничний та водний транспорт туристи можуть використовувати, щоб подорожувати вже по самій країні. Наприклад, турист бажає побувати відразу в декількох містах Італії. Він може прилетіти на літаку

до Риму, а потім в будь-який час купити квиток на поїзд до Венеції, дорога при цьому займе від 4 до 5 годин і це буде коштувати не дуже дорого.

На розподіл міжнародних туристських потоків істотно впливає рівень розвитку реклами, яка включає в себе систему заходів з допомогою яких стимулюється збут туристських послуг на ринку, завдяки використанню для цього спеціальних рекламних засобів. Рекламна форма просування туристичного продукту на туристичному ринку використовується для досягнення безлічі цілей, а саме для створення іміджу продукту або зміни ставлення до нього. Реклама - це оплачуване засіб спілкування через пресу (путівники, журнали, газети, афіші, поштову кореспонденцію, телебачення, радіо).

Рекреаційні ресурси визначаються як природно-технічні та соціально-економічні геосистеми, які при сучасному рівні розвитку продуктивних сил можуть бути використані для задоволення рекреаційних потреб суспільства і організації галузі народного господарства, що спеціалізується на рекреаційному обслуговуванні населення [21]. Природні і природно-технічні геосистеми, що володіють сприятливими для рекреаційної діяльності властивостями, можуть розглядатися в якості рекреаційних ресурсів тільки в тому випадку, якщо вони можуть бути залучені в рекреаційне використання. Таким чином, території, які сприятливі для відпочинку забезпеченого природними умовами, самі по собі ще не є природними рекреаційними ресурсами. Вони стають ними при наявності відповідних потреб і можливостей освоєння. Можливості ж їх використання на різних етапах рекреаційного освоєння були неоднаковими, так як змінювалося уявлення про те, які природні та природно-технічні геосистеми слід відносити до рекреаційних ресурсів.

При всій важливості об'єктів історії та культури в рекреаційно-ресурсній складовій, природні блага займають важливіше місце, будучи однією з основних матеріальних передумов рекреації. Можна виділити 7 основних видів рекреаційних ресурсів: бальнеологічні, бальнеогрязьові та ландшафтні,

кліматичні, пляжні, пізнавальні. До рекреаційних ресурсів, також відносяться пам'ятники культури і навіть виробничі процеси в тій мірі, в якій вони відрізняються від навколишніх умов повсякденного життя рекреанта і мають для нього пізнавальне або розважальне значення. До ресурсів рекреаційної діяльності можна віднести також популярні фестивалі, спортивні змагання, включаючи олімпіади тощо, в силу їх небуденності і особливостей умов життя при їх проведенні. Рекреаційна діяльність реалізує деяку «різницю потенціалів», що виникає через природно-кліматичних і соціально-культурні відмінності в умовах життя і на цій основі задовольняє рекреаційні потреби. Звичайно, ці умови стають ресурсами в повній мірі після того, як вони розвідані, стали відомі широкому загалу споживачів і, що дуже важливо, стало можливим забезпечити їх використання на основі спеціально створеної матеріальної бази рекреаційної діяльності. Як споживач території, рекреація поступається тільки сільському і лісовому господарствам.

Таким чином, пред'являючи вимоги до значних площ, часом з незайманою природою, рекреація має обмежені можливості для свого розвитку в освоєних районах. У ряді регіонів обмеженість ресурсів гальмує розвиток рекреаційного господарства. Цю проблему можна вирішити шляхом переходу на інтенсивні методи використання рекреаційних ресурсів, розробки нових форм організації рекреаційного використання ресурсів. Виникають потреби в більш дбайливому і ефективному використанні ресурсної бази галузі.

У формуванні туристичних потоків і їх спрямованості активну роль грає сам суб'єкт діяльності. Під час свого відпочинку туристи обирають певні місця, вид і час відпочинку. Організатори відпочинку активним чином впливають на вибір туристами місця, часу і умов відпочинку. Для цього використовується реклама, система транспортних комунікацій тощо При неправильному виборі відбувається ряд негативних явищ: дигресія природних ландшафтів, порушення культурно-історичних об'єктів і т.д.

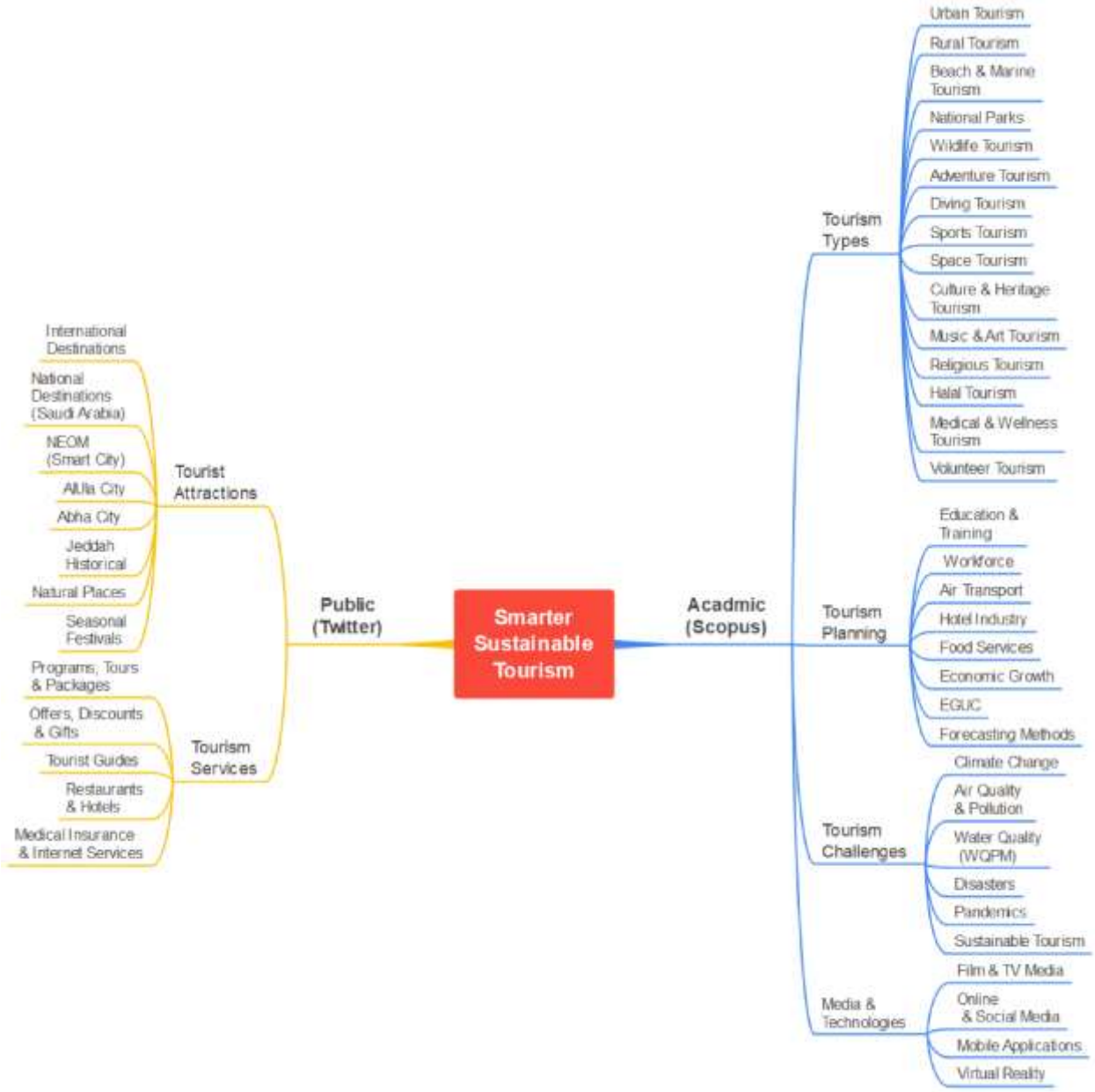


Рис. 2.3. Багатоперспективна таксономія розумнішого сталого туризму.

Сьогодні на Землі майже не залишилося місць, не задіяних в туристський оборот. Все менше можливостей залишається у туристських фірм запропонувати туристам щось неординарне. І все-таки, вони розробляють маршрути, які раніше здавалися нереальними. Очевидно, в недалекому майбутньому в рекреаційний ресурс перетвориться і космос. Освоєння космосу в рекреаційних цілях свідчить про те, що рекреаційні ресурси -

поняття історичне. Навіть пляжі, які є в даний час ресурсом, на які орієнтовані основні туристські потоки, в недалекому минулому не використовувалися.

Висока культура відпочинку передбачає, перш за все, його різноманіття, коли люди прагнуть використовувати якомога більшу «палітру» видів і форм відпочинку, природних ландшафтів, сезонів року, місць відпочинку, історико-культурні пам'ятки і т.д. Тому, якщо в даному році перевага віддається одному виду діяльності, місця і сезону відпочинку, то в наступному можлива зміна інтересів, орієнтації і ставлення до середовища. Зміна і різноманітність інтересів породжують різні туристські потоки. Влітку люди прямують на узбережжя теплих морів, взимку зростає популярність гірських районів для гірськолижного спорту.

У комплексі рекреаційних ресурсів особливе місце займають культурно історичні ресурси, що представляють собою спадщину минулих епох суспільного розвитку. Вони слугують передумовою організації культурно-пізнавальних видів рекреаційних занять.

Останнім часом, коли в туристську діяльність залучені люди з вищою освітою, інтелектуально емансиповані, роль пізнавального туризму збільшується. Сучасна людина вважає за краще відпочивати в тих місцях, де є істотний культурно-історичний потенціал.

Серед культурно-історичних об'єктів провідна роль належить пам'яткам історії та культури, які відрізняються найбільшою привабливістю і на цій основі служать головним засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації. Для успішного розвитку туризму величезну роль грає інфраструктурний фактор. Якщо в країні немає необхідної для мандрівників інфраструктури, то вона ніколи не стане популярною серед туристів. У туристську інфраструктуру входять: транспортне забезпечення, комунальні системи, торгівля і побутове обслуговування, телекомунікаційні засоби, місця розміщення, харчування та сервісу.

2.2. Аналіз впливу особливостей рекреаційної середовища на географію туристських потоків

Рекреаційне середовище - це цілісна система різноманітних і привабливих природних і соціальних ресурсів, що обумовлюють процес рекреаційної діяльності і прямо або побічно включених в неї. Рекреаційне середовище - це функціональна система, що виконує функцію організації вільного часу. Вона забезпечує реалізацію стимулів людини в межах його фізичних і психічних можливостей. Вивчення особливостей рекреаційного середовища і їх впливу на туристичні потоки є дуже актуальним, так як формування рекреаційних систем в даний час відбувається в умовах високого освоєння багатьох територій. Актуальність цієї теми підвищується при яскравому проявленні тенденцій до урбанізації та входження потреб у відпочинку в число первинних потреб сучасної людини. Також важливим є те положення, що в даний час формування рекреаційних систем відбувається на тлі значних змін в навколишньому середовищі. Це відбувається через збіг ареалів місця постійного проживання людей з районами найбільшої концентрації туристичних потоків. Високого рівня досягло неузгодженість різноманіття потреб людини, різноманіття способів реалізації їх і факторами навколишнього середовища на багатьох територіях.

До недавнього часу рекреаційна діяльність керувалася таким чином, що відпочиваючі адаптувалися до рекреаційного середовища. Зараз вже ставиться проблема адаптації елементів середовища до рекреаційних потреб населення, тощо. Шлях лежить від пізнання до формування рекреаційного середовища з урахуванням довгострокових тенденцій розвитку відпочинку. У формуванні рекреаційного середовища активну роль відіграють самі відпочиваючі і організатори відпочинку. Під час свого відпочинку люди обирають певні види, місця і час діяльності, змінюючи стан елементів середовища. Таким чином, вони як би самі конструюють середу своєї діяльності, визначають її зміст та структуру. В свою чергу, організатори

відпочинку формують фонд рекреаційних територій і підприємств, на основі яких відпочиваючі створюють середовище своєї діяльності. Крім того, вони активно впливають на вибір місця відпочинку, часу і умов відпочинку за допомогою реклами, системи транспортних комунікацій т.д.

Якщо організатор відпочинку має правильне уявлення про вимоги того чи іншого виду відпочинку до природно-територіального комплексу, то результати оцінок не будуть сильно розходитися. Тут треба врахувати той фактор, що фактичне використання рекреаційної території не завжди відповідає їх природного і культурно-історичним цінностям, тому що воно залежить від ступеня освоєння території, ринку путівок, наявності вільних місць та ряду інших причин.

Таблиця 2.2.

Вплив природних факторів на туристичні потоки

Фактор	Вплив на туристичні потоки	Приклади
Клімат	Визначає тривалість туристичного сезону, типи відпочинку.	Теплі країни приваблюють пляжних туристів взимку, гірські регіони – лижників взимку.
Рельєф	Формує різноманітність ландшафтів, створює умови для різних видів активного відпочинку.	Гірські масиви приваблюють альпіністів, річки – любителів водного туризму.
Водні ресурси	Сприяють розвитку пляжного, водного туризму, круїзів.	Морські узбережжя, озера, річки приваблюють туристів.
Рослинність і тваринний світ	Створює умови для екологічного туризму, спостереження за природою.	Національні парки, заповідники приваблюють любителів природи.

Складність процесу оцінювання та отримання реальних результатів підтверджує ту обставину, що при оцінці природних умов необхідно враховувати три аспекти оцінки: фізіологічний (вплив природних факторів на організм людини і виявлення ступеня їх комфортності), психолого-

естетичний (емоційний вплив природного ландшафту або його компонентів на людину, пейзажне різноманіття місцевості) і технологічний (оцінка можливості інженерного освоєння території за допомогою техніки, оцінка можливостей проведення того чи іншого заняття або системи занять). У кожному аспекті підлягає оцінці кожен компонент природи. Дуже велику роль грає естетична оцінка природних умов, тому що за інших рівних умов цій властивості середовища віддається явна перевага, що формує туристські потоки. Важливим питанням оцінки рекреаційної території є визначення їх ємності, тобто виявлення межі рекреаційного навантаження на природні комплекси, що не перевищує меж їх природних відновлювальних здібностей, шляхом встановлення нормативів рекреаційного впливу на них. Цей норматив різний в різних типах природних комплексів, а також для різних країн. Головним критерієм для встановлення граничної ємності є стійкість елементів, що складають природно-територіальний комплекс, що розрізняються за своєю потенційною стійкості до рекреаційних навантажень.

Напрямки туристичних потоків визначаються не тільки цінністю природних умов територій, а й взаємного розміщення ареалів формування рекреаційних потреб і місць їх задоволення. Звичайно, не у всіх випадках оцінюються всі ці фактори, іноді береться до уваги лише один з них. У тих же випадках, коли проводиться оцінка за кількома показниками, отримані дані, виражені в балах, слід підсумувати. При цьому суму балів можна розглядати як загальну оцінку території, робити зіставлення їх умов.

Культурно-історичний потенціал представлений різними видами історичних пам'ятників, меморіальних місць, музеями, тобто поєднаннями об'єктів меморіальної і духовної культури. Культурна спадщина - це спадщина історичного розвитку цивілізації, яке накопичилося на даній території. Практично кожна місцевість може представляти інтерес для пізнавального туризму. В історико-культурний потенціал входить все соціальне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської

діяльності. У культурні комплекси входять: парки, сквери, зелені насадження, сади.

В процесі туристської діяльності неминучим є зміна навколишнього середовища, хоча рекреація відноситься до тих галузей народного господарства, які в найменшій мірі негативно впливають на природне середовище. З системою організації відпочинку все більш чітко проявляється висока ресурсомісткість. Поява підприємств відпочинку супроводжується виникненням ряду проблемних ситуацій. Протиріччя між рекреаційної діяльністю і охороною природи виявилося як одна з маловивчених проблем.

Таблиця 2.3

Вплив соціально-економічних факторів на туристичні потоки

Фактор	Вплив на туристичні потоки	Приклади
Історико-культурна спадщина	Приваблює культурних туристів.	Стародавні міста, музеї, пам'ятки архітектури.
Рівень розвитку інфраструктури	Забезпечує комфортне перебування туристів.	Готелі, ресторани, транспорт, комунікації.
Рівень безпеки	Впливає на вибір туристичного напрямку.	Стабільна політична ситуація, низький рівень злочинності.
Цінова політика	Визначає доступність туристичного продукту.	Вартість перельоту, проживання, харчування.
Маркетинг і реклама	Формує туристичний імідж країни або регіону.	Рекламні кампанії, туристичні виставки.

Виявлені до теперішнього часу протиріччя рекреаційного природокористування можна згрупувати наступним чином:

- невідповідність між сучасними масштабами і формами організації туризму;

- протиріччя між зростаючою потребою в ресурсах, обмеженістю і скороченням їх обсягу;
- протиріччя між вимогою якості середовища і його погіршенням в процесі рекреаційної діяльності.

В даний час, в умовах дедалі більшого забруднення природного середовища, в тому числі і рекреаційної, в багатьох районах Землі, проблема навколишнього середовища і її поліпшення займають важливе місце в багатьох дослідженнях. Такі чинники, як чисте повітря, незабруднена вода, зелені зони вже розглядаються як неоціненні багатства. Це відбувається в той час, коли туристи пред'являють високі вимоги до чистоти рекреаційного середовища і вибирають місцем відпочинку райони з благополучної екологічною обстановкою.

Вплив туризму на навколишнє середовище може бути позитивним і негативним. Однак з допомогою управління розвитком туризму і чіткого планування можливо зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив міжнародного туризму пов'язаний з тим, що спеціалізація на туризмі пов'язана з використанням значного простору. В результаті резервуються значні простори з незайманою природою, особливо на територіях зі слабо розвиненою економікою. Але разом з тим для останніх районів туризм є свого роду порятунком. Але пануюче в протягом тривалого часу уявлення про те, що рекреаційне використання земель вже само по собі є однією з форм охорони природи, уповільнило створення служб охорони природи в процесі її рекреаційного використання. Однак, досвід показує, що необхідна охорона не може бути забезпечена лише силами відпочиваючих.

Рисунок 2.4. підкреслює, що розуміння СЕС як складних, взаємозалежних та сполучених систем є важливим для правильного вибору аналітичної рамки та методів дослідження. Це дозволяє враховувати різноманітні фактори впливу на туристичні потоки, що впливають на функціонування СЕС, і розробляти ефективні стратегії їх управління.



Рис. 2.4. Розуміння соціо-екологічних систем як складних, взаємозалежних та сполучених систем, що впливають на аналітичну рамку та методи, застосовувані до дослідження СЕС.

Соціо-екологічні системи (СЕС) - це системи, що складаються з взаємодії соціальних і екологічних компонентів. Це можуть бути міста, сільськогосподарські ландшафти, річкові басейни тощо.

Складні системи -це системи, які складаються з багатьох взаємодіючих елементів, що призводить до нелінійних і непередбачуваних поведінок. Взаємозалежні системи - це системи, в яких зміни в одній частині системи впливають на інші її частини. Сполучені системи - системи, в яких соціальні та екологічні компоненти тісно пов'язані і взаємодіють.

Аналітична рамка – це теоретична основа, яка використовується для дослідження СЕС. Методи дослідження СЕС – це різні методи, такі як системний аналіз, моделювання, географічні інформаційні системи (ГІС) тощо, які використовуються для вивчення СЕС.

До позитивних впливах туризму відносять: охорону і реставрацію історичних пам'яток, створення особливо охоронюваних територій

(заповідників, національних парків, пам'яток природи), захист берегів і рифів, збереження лісів і т.д.

У рекреаційних цілях широке використання отримали національні парки, які є важливими формами використання природно-рекреаційних ресурсів, і використання яких в туризмі строго регламентовано. Національні парки - це природоохоронні установи, території яких включають природні комплекси та об'єкти, що мають особливу екологічну, історичну та естетичну цінність, призначені для використання в природоохоронних, рекреаційних, просвітницьких, наукових, культурних цілях. Рекреації і туризму в національних парках відводиться велике місце. Однак на практиці через збільшення навантаження, багато національні парки в світі вийшли з фонду рекреаційного користування.

Говорячи про загальний територіальний баланс рекреаційного району зони з природними і мало зміненими ландшафтами повинні складати значну величину, так як по даним багатьох соціологічних опитувань, саме природність притягує основну масу туристів.

Раніше в про багатьох країнах не робилося ніяких кроків для захисту і збереження природи. Це призвело до того, що в цих регіонах негативний вплив туризму, часто бере верх над позитивними. Зараз ситуація значно змінилася, проте в слідстві попередніх помилок, з'явилися нові проблеми, ігнорування яких призведе до подальших негативних наслідків.

Негативна сторона рекреаційного природокористування полягає в тому, що рекреаційні ресурси є вичерпними і при підвищенні навантаження вище порогової норми вони або стають менш привабливими в рекреаційному відношенні, або деградують або повністю знищуються. Тому в основі рекреаційної експлуатації природних комплексів повинні лежати науково обґрунтовані норми навантажень на середу.

У світі йде «наступ» на рекреаційний фонд земель, в результаті чого території, які два - три десятиліття тому виділялися своїми рекреаційними ресурсами до теперішнього часу вибули з рекреаційного фонду країн. На

інших курортах, особливо в урбанізованих центрах, популярних курортах, якщо вони ще функціонують, середа стала неприпустимо непривабливою через величезну концентрацію туристів. Втрата рекреаційних якостей середовища привела до різкого зменшення туристських потоків. Особливо це характерно для високо урбанізованих курортів Європи і Північної Америки.

Негативні наслідки для рекреаційного середовища має і низька культура поведінки рекреантів: вандалізм в відношенні історичних пам'яток і природи.

Основний сенс охорони природи в туристських районах складається в забезпеченні стійкості середовища в умовах туристських навантажень. Особливо важливо при цьому визначити рекреаційну ємність територій, як в відношенні допустимої концентрації відпочиваючих, так і в відношенні зосередження технічних споруд.

Число природоохоронних заходів повинні зростати при збільшенні навантаження. На використання комплексу, яка зазнала сильного руйнування, може бути накладено заборону на певний період або повна заборона деяких видів рекреаційного користування. Скорочення потоку відпочиваючих досягається шляхом перерозподілу їх по сезонах, або зменшенням кількості місць в установах відпочинку, а також шляхом реклами інших місць відпочинку.

Політика розвитку туризму з урахуванням екологічного впливу стає більш актуальною, тому було запропоновано багато програм по охороні навколишнього середовища. Для збереження навколишнього середовища велике значення буде мати перспективний вид туризму - екологічний, який отримав найбільш високе поширення у Європі. Екотуризм дає туристам враження про природні і культурно-етнографічні особливостях місцевості, що не порушують цілісність екосистеми.

Розрізняють декілька видів екологічного туризму: природний, біотуризм, пригодницький, зелений і т.д. Це найбільш швидко зростаючі гілки рекреації. Завдання екологічного туризму полягає в тому, щоб показати, що навіть в умовах інтенсивних технічних навантажень, в умовах повсюдного

розвитку сільського господарства, залишається можливість для збереження і відновлення об'єктів, ділянок території природної середовища.

На сьогодні кількість туристів, що віддають перевагу екотуризм не так і багато в порівнянні з іншими напрямками. Однак у екологічного туризму є чимало перспектив, і число туристів зростає кожен рік. Дуже перспективним видом туризму є екологічний туризм в чистій природній обстановці. Одночасно екологічний туризм спрямований на збереження навколишнього середовища. Цей вид туризму необхідно всіляко розвивати.

2.3. Сучасні географічні тенденції у формуванні та спрямованості міжнародних туристичних потоків

Географічний розподіл міжнародних туристських потоків в головних своїх рисах склався вже давно. Сучасна картина формування та спрямованості міжнародних туристських потоків є результатом дії кількох груп чинників - соціально-економічних, рекреаційно-ресурсних, інфраструктурних та географічного положення, які детально охарактеризовані в 1 і 2 розділах.

Туристичні потоки ведуть до виникнення і розвитку міжнародних туристських регіонів, що характеризуються певною інтенсивністю рекреаційного руху.

Глобальні події у світовій економіці за останні десятиліття зміцнили розвиток міжнародного туризму, про що свідчать статистичні дані Всесвітньої туристської організації (UNWTO): спостерігається активне зростання туристичних потоків і доходів від міжнародного туризму. Так, в 2000 р. міжнародні туристські потоки склали 680 млн., в 2005 р - 809 млн., в 2010 р - 952 млн., а у 2020 р - 1195 млн. [22]. У 2022 році число приїжджих досягло 1326 млн. чол. За прогнозом до 2021 р міжнародні туристські прибуття в усьому світі досягнуть 1561 млн., А до 2030 року - 1809 млн. Щорічно збільшуються темпи зростання туристських приїжджих. Відсоткова зміна

рівня світових туристичних прибуттів і надходжень за ряд останніх років, представлено на рис. 2.5.

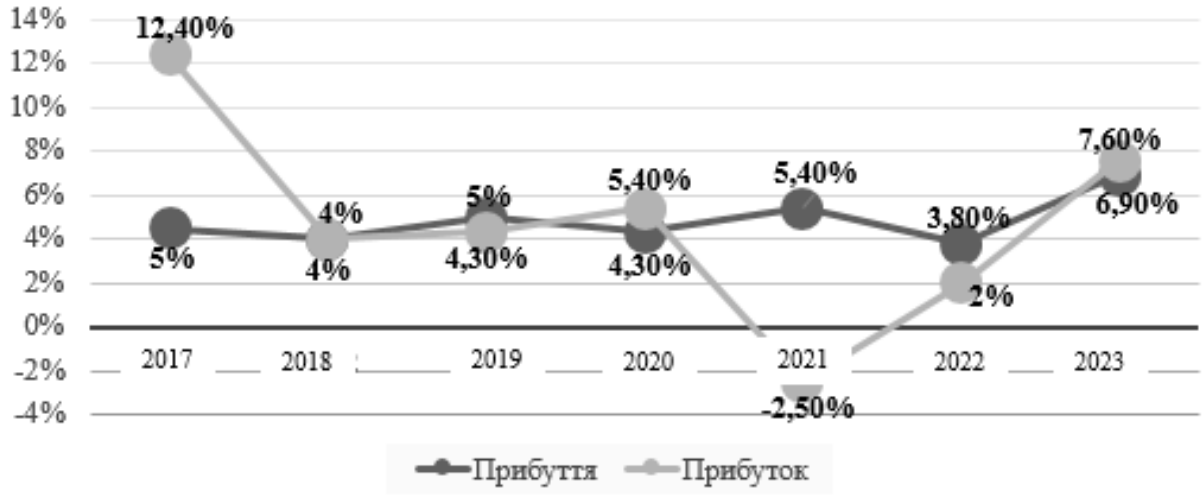


Рис. 2.5. Процентна зміна рівня світових туристських приїжджих і надходжень за ряд років

Аналіз представленого графіка дозволяє зробити ряд висновків щодо динаміки світового туристичного ринку у період з 2017 по 2023 роки.

По-перше, спостерігається загальна тенденція до зростання кількості як прибутків, так і надходжень від туризму аж до 2019 року. Це свідчить про стабільний розвиток туристичної індустрії та її високу привабливість для інвесторів. Однак, починаючи з 2020 року, спостерігається різке падіння показників, що пов'язано з глобальною пандемією COVID-19, яка суттєво обмежила міжнародні подорожі.

По-друге, графік демонструє, що темпи зростання прибутків і надходжень від туризму були нерівномірними протягом аналізованого періоду. Так, у 2017-2018 роках спостерігається помірне зростання, тоді як у 2019 році темпи зростання прискорилися. Це може бути пов'язано з низкою факторів, таких як загальне покращення економічної ситуації в світі, зростання доходів населення, розширення авіасполучення та активізація маркетингових кампаній туристичних компаній.

По-третє, відновлення туристичного ринку після пандемії відбувається повільно. Незважаючи на деяке зростання показників у 2021-2023 роках,

рівень 2019 року ще не досягнуто. Це свідчить про те, що туристична індустрія є однією з найбільш вразливих до зовнішніх шоків.

Дані на рис. 2.5 наочно свідчать про стійке зростання загальносвітових туристських показників. Винятком становлять показники 2020 року, коли надходження від міжнародного туризму скоротилися на 2,5% від рівня попереднього періоду (в абсолютному вираженні 31 млн. дол. США), що було пов'язано з сильними коливаннями обмінного курсу по окремих напрямках і регіонах. При цьому спостерігалося зростання приїжджих на 5,4% або на 61 млн.

Загалом, аналіз графіка дозволяє зробити такі висновки:

- Світовий туристичний ринок є динамічною системою, яка чутлива до впливу як економічних, так і політичних факторів.
- Пандемія COVID-19 завдала значної шкоди туристичній індустрії, проте процес відновлення вже розпочався.
- Для повного відновлення туристичного ринку необхідно подолати низку викликів, пов'язаних з пандемією, а також забезпечити стабільність макроекономічної ситуації в світі.
- Інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, маркетингові кампанії та підвищення рівня сервісу є ключовими факторами для відновлення і подальшого зростання туристичного ринку.

Рисунок 2.6. наочно демонструє структуру транспортних потоків у туристичній індустрії за певний період. Діаграма дозволяє оцінити популярність різних видів транспорту серед туристів та виявити загальні тенденції у виборі способу пересування. Аналіз даних, представлених на рисунку, є важливим інструментом для розуміння потреб сучасних туристів, розробки ефективних транспортних стратегій та планування розвитку туристичної інфраструктури.

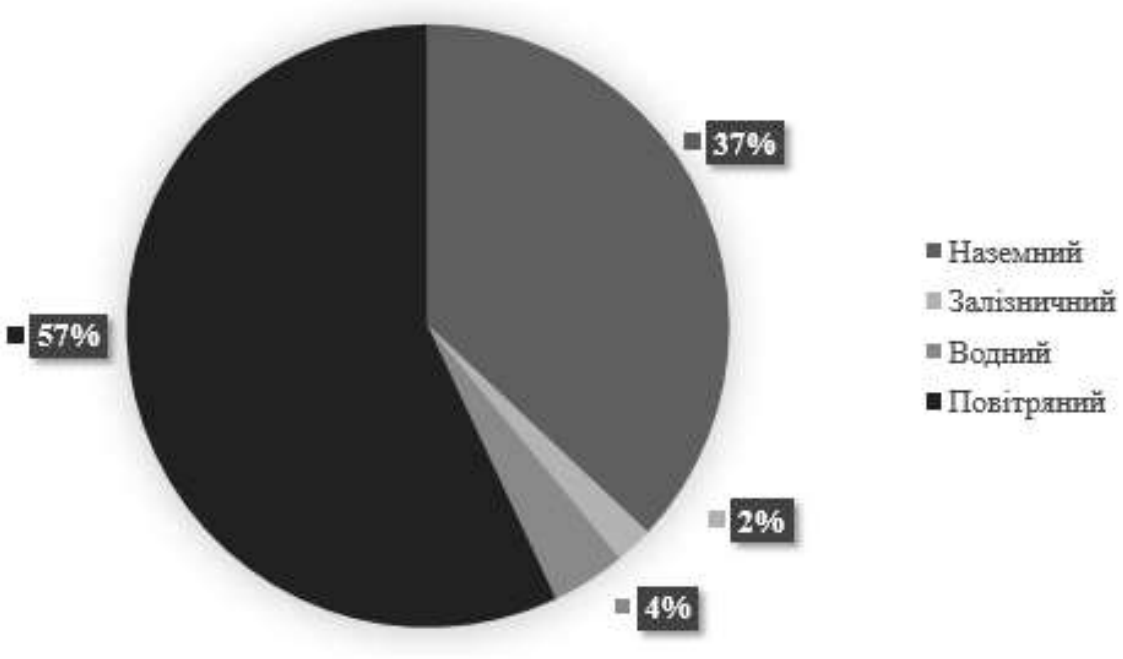


Рис. 2.6. Процентне відношення, використання видів транспорту туристами на 2023 р.

Подорожі з метою відпочинку, на свята та інші форми дозвілля склали 55%, з професійно-діловими цілями - 13%, відвідування друзів і родичів, релігійні, медичні і т.д. - 27%. Мета приїжджих на 6% - не визначена.

По-перше, найбільшу частку у структурі транспортних потоків займає повітряний транспорт (57%). Це свідчить про високий рівень розвитку авіаційного сполучення, доступності авіаквитків та зростання популярності далеких подорожей. Туристи все частіше обирають літак як зручний та швидкий засіб пересування, що дозволяє скоротити час у дорозі та досягти віддалених куточків світу.

По-друге, значну частку становлять наземні види транспорту (37%). Це можуть бути автомобілі, автобуси, поїзди. Популярність наземного транспорту пояснюється його доступністю, особливо для подорожей на невеликі відстані, а також можливістю самостійно планувати маршрут і зупинятися в цікавих місцях.

Водночас, водний транспорт та залізничний транспорт займають меншу частку у структурі транспортних потоків (4% та 2% відповідно). Це може бути

пов'язано з обмеженою кількістю маршрутів, тривалістю подорожі та меншим комфортом порівняно з повітряним та наземним транспортом.

Таким чином, аналіз рисунка 2.6. дозволяє зробити висновок про те, що повітряний транспорт є домінуючим видом транспорту в сучасному туризмі. Однак, наземний транспорт також зберігає свою актуальність, особливо для подорожей на невеликі відстані та серед туристів, які віддають перевагу більш автономним способам пересування.

Рисунок 2.7. наочно демонструє географічну структуру світового туристичного потоку за певний період. Секторна діаграма дозволяє оцінити відносну частку кожного регіону у загальній кількості міжнародних туристів та виявити найбільш популярні напрямки подорожей. Аналіз даних, представлених на рисунку, є важливим інструментом для розуміння географічних особливостей світового туризму, розробки ефективних туристичних стратегій та планування розвитку туристичної інфраструктури в різних регіонах світу.

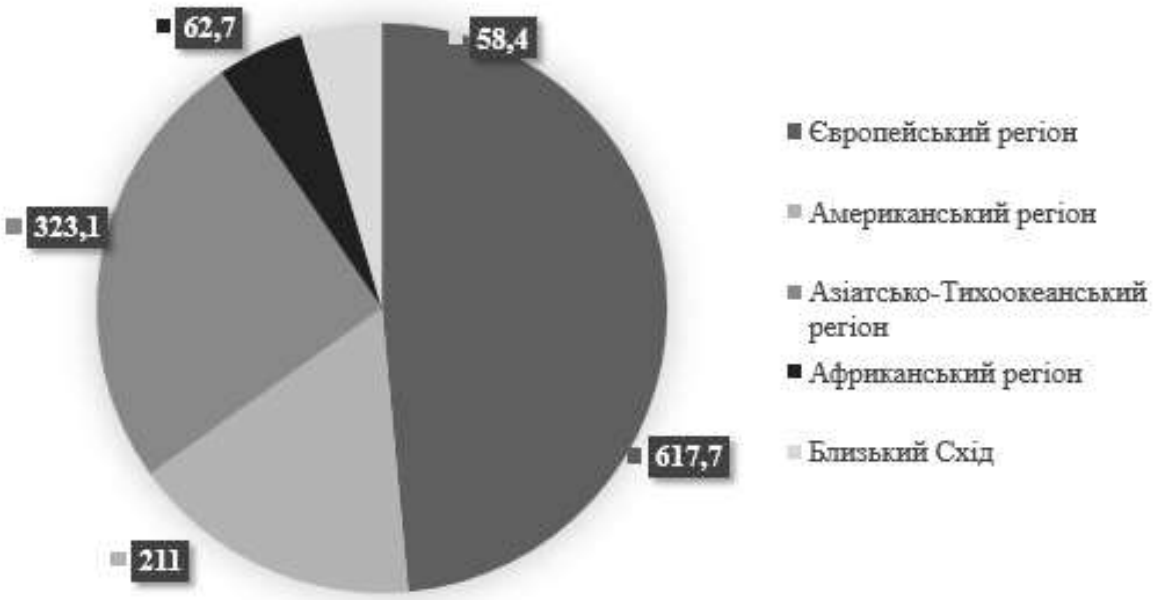


Рис. 2.7. Туристичне прибуття на 2023 р. (млн.чол.)

По-перше, найбільшу частку у світовому туристичному потоці займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Це свідчить про високу популярність

азіатських країн серед туристів з усього світу, що зумовлено різноманітністю культур, природних ландшафтів та розвиненою туристичною інфраструктурою.

По-друге, значну частку становлять Європейський та Американський регіони. Європа традиційно є одним з найпопулярніших туристичних напрямків завдяки багатій історії, культурі та різноманітності природних ландшафтів. Американський регіон приваблює туристів великими мегаполісами, національними парками та пляжами.

Водночас, Африканський регіон та Близький Схід займають меншу частку у світовому туристичному потоці. Це може бути пов'язано з низкою факторів, таких як політична нестабільність у деяких країнах регіону, менш розвинена туристична інфраструктура та стереотипи щодо безпеки.

Таким чином, аналіз рисунка 2.7. дозволяє зробити висновок про те, що Азіатсько-Тихоокеанський регіон є лідером світового туризму. Однак, Європейський та Американський регіони також зберігають свою високу привабливість для туристів. Для країн Африканського регіону та Близького Сходу характерні менші обсяги туристичних потоків, що пов'язано з низкою об'єктивних і суб'єктивних факторів.

Рисунок 2.8 наочно демонструє розподіл туристичних доходів між різними регіонами світу у вказаному році. Секторна діаграма дозволяє порівняти фінансові результати туристичної індустрії в Європі, Америці, Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Африці та на Близькому Сході. Такий аналіз є важливим інструментом для розуміння географічної диференціації туристичних потоків та оцінки економічного потенціалу різних регіонів. За допомогою цього графіка можна виявити лідерів за обсягом туристичних доходів, визначити регіони з найбільшим потенціалом для розвитку туризму та проаналізувати причини існування дисбалансу в розподілі туристичних потоків.

Рисунок 2.9. наочно демонструє динаміку зміни популярності п'яти провідних туристичних напрямків світу за період з 2017 по 2023 роки.

Стопкова діаграма дозволяє порівняти кількість туристів, які відвідали кожну з цих країн у вказані роки, та виявити загальні тенденції у розвитку міжнародного туризму. Аналіз даних, представлених на рисунку, є важливим інструментом для розуміння міжнародних туристичних потоків, виявлення найбільш динамічних ринків та оцінки впливу різних факторів на популярність туристичних напрямків.

По-перше, протягом аналізованого періоду спостерігається загальна тенденція до зростання кількості туристів у всіх п'яти країнах. Це свідчить про стабільний розвиток світового туристичного ринку та його високу стійкість до різних зовнішніх впливів.

По-друге, лідерами за кількістю туристів залишаються Франція та Іспанія. Це пояснюється багатим культурним спадком, різноманітністю природних ландшафтів та розвиненою туристичною інфраструктурою цих країн.

По-третє, помітно, що темпи зростання кількості туристів у різних країнах неоднакові. Так, у США та Китаї спостерігається більш виражене зростання порівняно з Францією та Іспанією. Це може бути пов'язано з активною маркетинговою політикою цих країн, розвитком нових туристичних продуктів та зростанням середнього класу.

Загалом, аналіз рисунка 2.9. свідчить про те, що світовий туристичний ринок є динамічною системою, яка постійно розвивається. Для успішного розвитку туристичної індустрії кожна країна повинна постійно працювати над удосконаленням своєї туристичної пропозиції, адаптуючись до змінюваних потреб туристів.

Варто відзначити, що загальний обсяг експорту від міжнародного туризму в 2022 році досяг рівня 1,6 трлн. дол. США, або в середньому 4 млрд. дол. США в день. Індустрія туризму займає 3-е місце в світі після паливної та нафтохімічної промисловості, випереджаючи при цьому продовольчий сектор і сектор автомобільної продукції [23].

По-перше, Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі показники туристичних доходів. Це свідчить про високу популярність азіатських країн серед туристів з усього світу, що зумовлено різноманітністю культур, природних ландшафтів та розвиненою туристичною інфраструктурою.

По-друге, Європейський регіон також займає значну частку у світових туристичних доходах. Традиційно Європа є одним з найпопулярніших туристичних напрямків завдяки багатій історії, культурі та різноманітності природних ландшафтів.

Американський регіон також демонструє значні туристичні доходи, що пов'язано з великою кількістю популярних туристичних напрямків, таких як США, Канада та країни Карибського басейну.

Африканський регіон та Близький Схід мають менші показники туристичних доходів порівняно з іншими регіонами. Це може бути пов'язано з низкою факторів, таких як політична нестабільність у деяких країнах регіону, менш розвинена туристична інфраструктура та стереотипи щодо безпеки.

Загалом, аналіз рисунка 2.8. свідчить про значну диференціацію туристичних доходів між різними регіонами світу. Лідерами є Азіатсько-Тихоокеанський та Європейський регіони, тоді як Африка та Близький Схід відстають за цим показником. Для більш детального розуміння причин такої диспропорції необхідно провести додаткові дослідження, які враховуватимуть не тільки обсяг туристичних потоків, але й структуру туристичних витрат, а також особливості туристичного продукту в різних регіонах.

В останні роки міжнародний туризм став дуже чутливий до зовнішніх катаклізмів (терористичні акти, санкцій, цивільні війни, вірусні хвороби та інше). Даний факт посприяв до пожвавленню і появи нових, нетрадиційних напрямів і видів туризму, задовольняючи при цьому вишукані потреби відпочиваючих. Загальновизнаним є той факт, що міжнародний туризм ефективно впливає на надходження фінансових коштів в бюджет приймаючої дестинації, тим самим багато країн (регіони) активізують процес розвитку

туристичної інфраструктури та просування свого національного туристичного продукту. Міжнародний туризм - «прихований» експорт, здійснюваний в межах країни. Купуючи товари в країні перебування, туристи вивозять їх за межі держави, забезпечуючи при цьому зростання обсягу експортованих товарів. На частку туризму припадає 10% світового валового продукту, 7% світового експорту, 30% експорту послуг, кожен 10-й працівник зайнятий у сфері туризму.

У 2023 році міжнародний туризм досяг нових результатів. Міжнародні туристські прибуття склали 1326 млн., Доходи від міжнародного туризму - 1340 млрд. дол. США.

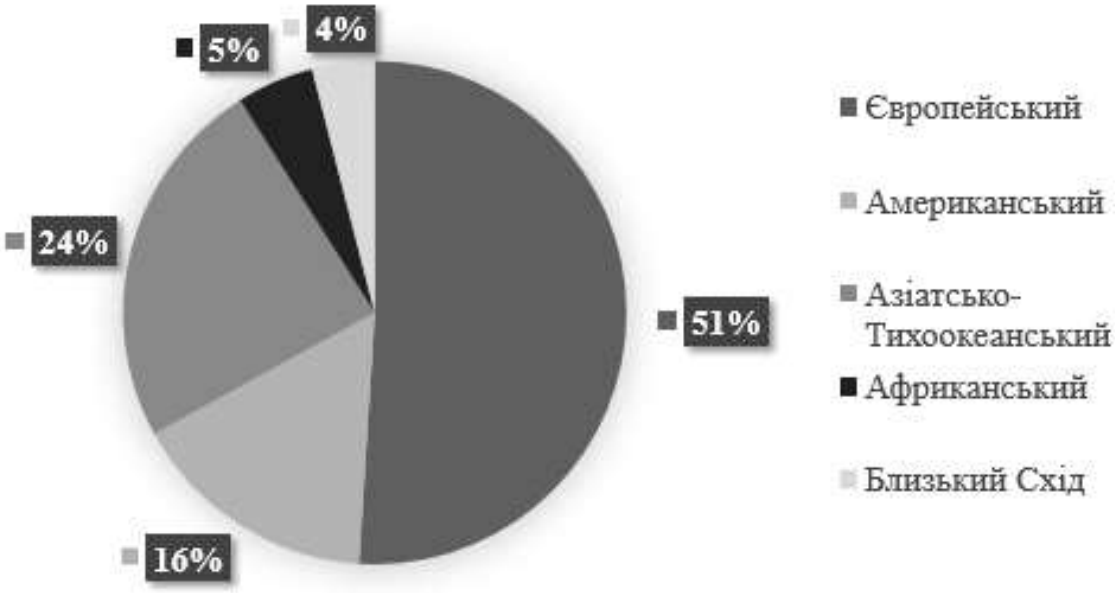


Рис. 2.10. Частка доходів туристичних регіонів світу на міжнародному ринку на 2023 р.

Таким чином, з упевненістю можна стверджувати, що в 2023 році покращилися основні макроекономічні показники світового ринку туристських послуг.

Отже, Європейський регіон на протязі 10 років поспіль є одним з самих популярних і відвідуваних місць серед туристів. У 2018 році збільшилася туристська активність прибувають осіб і прибутковість регіону на 8% відповідно. Європейські країни приділяють пильну увагу популяризації своїх

територій, пам'ятним і культурно-історичним місцях, традицій (звичаїв), створення привабливої інфраструктури, реалізують програми з розвитку сфери туризму. Американський та Азіатсько-тихоокеанський регіони не поступаються, але все що відстають по деяким категоріям. В свою чергу Азіатсько-Тихоокеанський регіон вже займає більшу частку по прибуткам з міжнародного туризму ніж Америка на цілих 6%.

РОЗДІЛ 3
ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

3.1. Інноваційні стратегії регулювання міжнародних туристичних потоків в умовах глобальних викликів

У сучасному світі міжнародні туристичні потоки стикаються з численними викликами, пов'язаними з глобалізацією, економічними коливаннями, екологічними кризами, пандеміями та соціально-політичними змінами. Традиційні підходи до регулювання туристичних потоків стають менш ефективними, що змушує індустрію туризму шукати інноваційні рішення для адаптації до нових реалій. Ці виклики вимагають від учасників туристичного ринку гнучких стратегій та технологічно обґрунтованих підходів, які не тільки стабілізують туристичні потоки, але й забезпечать їх стійке зростання у майбутньому.

Важливу роль у цьому процесі відіграють стратегії регулювання, які враховують актуальні виклики й використовують сучасні технології, управлінські методи та маркетингові рішення. Інноваційні підходи до регулювання туристичних потоків сприяють не лише їх оптимізації, але й покращенню якості туристичних послуг, ефективному використанню ресурсів та збалансованому розвитку регіонів, що приймають туристів.

Сучасний світовий туризм зіткнувся з низкою глобальних викликів, які значною мірою впливають на формування та регулювання міжнародних туристичних потоків. Нижче подана таблиця, яка містить основні глобальні виклики, що впливають на формування та регулювання міжнародних туристичних потоків. Таблиця також включає короткий опис кожного виклику та його наслідки для світового туризму.

Таблиця 3.1.

Глобальні виклики найбільше впливають на формування та регулювання міжнародних туристичних потоків на сучасному етапі

Глобальний виклик	Опис	Наслідки для міжнародного туризму
1. Пандемії (COVID-19)	Масштабні поширення захворювань, які призводять до обмежень на пересування, закриття кордонів, карантинів.	- Зменшення кількості туристів через обмеження на подорожі. - Падіння доходів туристичних компаній. - Перехід до внутрішнього та локального туризму. - Попит на безпеку.
2. Зміни клімату	Підвищення температур, зміна погодних умов, катастрофи (урагани, посухи), деградація природних об’єктів.	- Погіршення стану туристичних об'єктів (пляжі, коралові рифи, льодовики). - Зміна туристичних сезонів. - Переорієнтація туризму на більш стійкі напрями.
3. Економічні кризи	Економічні рецесії, фінансові кризи, інфляція та коливання валютних курсів.	- Зниження купівельної спроможності туристів. - Зниження попиту на міжнародні поїздки. - Зміщення уваги до бюджетних або ближчих туристичних напрямків.
4. Політична нестабільність	Політичні конфлікти, терористичні акти, соціальні протести та революції.	- Закриття туристичних об'єктів у зонах конфлікту. - Страх туристів щодо безпеки. - Зміщення туристичних потоків до стабільніших країн.
5. Деградація природних ресурсів	Неконтрольоване використання ресурсів, перенасиченість туристами, екологічні катастрофи.	- Зниження привабливості туристичних місць через втрату природних ресурсів. - Посилення екологічного туризму. - Введення обмежень на доступ до популярних туристичних зон.

Пандемії, такі як COVID-19, мали руйнівний вплив на світовий туризм. У зв'язку з глобальними обмеженнями на подорожі та карантинними заходами, міжнародні туристичні потоки різко скоротилися. Туристичні компанії, готелі,

авіалінії та інші пов'язані сектори зазнали значних фінансових втрат. Однак пандемія також стимулювала розвиток нових форматів подорожей: відродження внутрішнього туризму, акцент на здоров'я і безпеку, а також впровадження цифрових технологій для безконтактних послуг.

Кліматичні зміни, зокрема підвищення рівня моря, екстремальні погодні явища та деградація екосистем, суттєво впливають на туристичну інфраструктуру та природні туристичні об'єкти. Зміни клімату змінюють географію туризму, змушуючи туристів обирати нові напрямки або інші сезони для подорожей. Важливим наслідком є зростання популярності стійкого туризму, що враховує потреби збереження навколишнього середовища.

Економічні рецесії та інші кризи знижують купівельну спроможність споживачів і скорочують їх можливості для подорожей. Падіння валютних курсів, інфляція і зростання вартості подорожей змушують людей відмовлятися від дорогих міжнародних турів на користь ближчих і дешевших напрямків. Це призводить до зміщення туристичних потоків у регіони з більш доступною інфраструктурою.

Конфлікти, терористичні загрози та політична нестабільність роблять певні регіони небезпечними для відвідування. Туристи уникають цих місць, що призводить до різкого скорочення туристичних потоків і зниження доходів у країнах, які залежать від туризму. Натомість туристичні потоки спрямовуються до більш стабільних і безпечних регіонів.

Інтенсивна експлуатація природних ресурсів через масовий туризм призводить до виснаження ресурсів і втрати природної привабливості туристичних зон. Це змушує уряди і туристичні компанії шукати рішення, спрямовані на збереження ресурсів, такі як введення обмежень на кількість туристів, підвищення екологічної відповідальності та розвиток стійкого туризму.

Глобальні виклики мають суттєвий вплив на міжнародні туристичні потоки, змінюючи їхню динаміку, напрямки та обсяги. Важливою стратегією

для подолання цих викликів є впровадження інноваційних підходів до управління та регулювання туризму, які враховують нові реалії глобалізованого світу. Це включає використання технологій, стратегії кризового менеджменту та розвиток стійкого туризму, що дозволить не лише зберегти туристичну індустрію, але й забезпечити її подальший розвиток у майбутньому.

Інноваційні підходи до регулювання туристичних потоків в умовах глобальних викликів включають застосування адаптивних управлінських стратегій, кризового менеджменту, диверсифікації туристичних напрямків та розвиток стійкого туризму. Ці новітні стратегії дозволяють галузі туризму швидко реагувати на зміни та виклики, забезпечуючи стабільність та безпеку туристичних потоків. Далі наведені основні підходи, що використовуються для подолання впливу сучасних глобальних викликів на туризм.

Адаптивне управління – це гнучкий підхід до регулювання туристичних потоків, який дозволяє змінювати стратегії залежно від швидко змінюваних умов. Основною метою є здатність до швидкої реакції на кризові ситуації, зміну споживчих тенденцій та екологічні умови. Цей підхід базується на постійному моніторингу ситуації та оперативному прийнятті рішень.

Адаптивне управління дозволяє швидко реагувати на зміни у глобальному середовищі, наприклад, під час пандемій або економічних криз. Туристичні компанії активно використовують гнучкі маркетингові стратегії, щоб адаптувати свої пропозиції до нових реалій. Важливим компонентом є підтримка внутрішнього туризму та використання цифрових каналів для залучення нових клієнтів, що допомагає бізнесам залишатися конкурентоспроможними у непередбачуваних умовах.

Таблиця 3.2.

Інноваційні підходи, які використовуються для регулювання туристичних потоків в умовах глобальних викликів

Інноваційний підхід	Опис	Практичне застосування і наслідки
Адаптивне управління туристичними потоками	Гнучкі стратегії управління, що швидко реагують на зміни ринку, кризові ситуації та інші виклики.	- Швидка зміна маркетингових стратегій під поточні умови. - Підтримка локального туризму під час криз. - Залучення нових ринків через інтернет.
Кризовий менеджмент у туризмі	Стратегії для пом'якшення наслідків криз, таких як пандемії чи природні катастрофи, шляхом розробки планів дій у надзвичайних ситуаціях.	- Забезпечення безпеки туристів і персоналу. - Відновлення довіри до дестинацій через комунікацію та оновлені стандарти безпеки. - Плани на випадок нових криз.
Диверсифікація туристичних напрямків	Розширення пропозицій і залучення нових туристичних зон для зменшення навантаження на популярні дестинації.	- Відкриття нових маршрутів у менш відомі регіони. - Зменшення тиску на популярні місця. - Розширення економічних можливостей для нових регіонів.
Розвиток стійкого туризму	Впровадження практик, які сприяють збереженню навколишнього середовища та соціально відповідальному туризму.	- Популяризація екологічно чистого транспорту. - Збереження природних та культурних ресурсів. - Використання відновлюваних джерел енергії в індустрії.
Цифровізація та використання технологій	Використання сучасних технологій для прогнозування, управління потоками та забезпечення безпеки туристів.	- Використання Big Data для аналізу та прогнозування потоків. - Використання штучного інтелекту для управління туристичними потоками. - Безконтактні сервіси для туристів.

Приклад. Після пандемії COVID-19 багато країн швидко адаптували свої стратегії туризму, запровадивши безпечні коридори для подорожей, мобільні додатки для відстеження стану здоров’я туристів і рекомендації щодо безпеки.

Кризовий менеджмент є невід'ємною частиною регулювання туристичних потоків у період глобальних викликів. Цей підхід зосереджений на розробці стратегій для реагування на кризи, таких як природні катастрофи, пандемії, політичні конфлікти та економічні потрясіння.

Кризовий менеджмент є ключовим підходом для подолання впливу глобальних криз, таких як COVID-19. Туристичні компанії розробляють детальні плани дій на випадок надзвичайних ситуацій, що включають заходи безпеки для туристів і співробітників, нові санітарні стандарти, а також стратегії для швидкого відновлення після кризи. Ці заходи підвищують рівень довіри клієнтів до туристичних послуг і дозволяють галузі швидше відновлюватися.

Приклад. Уряд Нової Зеландії після землетрусу розробив кризові стратегії для відновлення туристичного сектору, що включали активне просування безпечних регіонів країни.

Диверсифікація туристичних напрямків полягає у створенні нових або менш відомих туристичних маршрутів та напрямків для зниження навантаження на популярні місця і стабілізації потоків туристів.

Диверсифікація є ефективним способом зменшення тиску на популярні туристичні зони, які можуть страждати від перенасичення, екологічних проблем або політичних загроз. Туристичні організації заохочують відкриття нових, менш відомих туристичних зон, що не лише покращує рівень розподілу туристичних потоків, але й стимулює економічний розвиток нових регіонів. Це також допомагає уникати надмірного навантаження на інфраструктуру в популярних туристичних зонах.

Приклад. Хорватія активно диверсифікує свої туристичні напрямки, щоб зменшити тиск на Дубровник, розвиваючи інші міста і регіони, такі як Загреб, Істрія та Славонія.

Стійкий туризм – це стратегія, яка спрямована на збереження природних і культурних ресурсів, мінімізацію впливу на навколишнє середовище та

підтримку місцевих громад. Цей підхід відповідає викликам, пов'язаним зі змінами клімату та деградацією природних ресурсів.

Стійкий туризм став важливою частиною сучасної туристичної індустрії, оскільки глобальні виклики, зокрема зміни клімату та деградація ресурсів, вимагають нових підходів до використання природних ресурсів. Індустрія активно впроваджує екологічні рішення, включаючи енергозберігаючі технології, підтримку локальних громад, а також пропагування екотуризму. Це дозволяє не лише зберегти туристичні ресурси для майбутніх поколінь, але й зробити туризм більш відповідальним і привабливим для сучасних туристів.

Приклад. Коста-Ріка стала одним із провідних прикладів розвитку стійкого туризму, інвестуючи в екотуризм, збереження тропічних лісів та розвиток природних заповідників.

Технології відіграють ключову роль у сучасному регулюванні туристичних потоків. Використання Big Data дозволяє точніше прогнозувати потоки туристів і коригувати їхній розподіл для уникнення перенасичення туристичних місць. Штучний інтелект допомагає в управлінні транспортними потоками та персоналізації туристичних пропозицій. Водночас розвиток безконтактних сервісів і цифрових рішень (наприклад, онлайн-бронювання та оплати) дозволяє покращити рівень безпеки та зручності для туристів.

Інноваційні підходи до регулювання міжнародних туристичних потоків є відповіддю на численні глобальні виклики. Вони дозволяють не лише забезпечити безперебійну роботу туристичної галузі в умовах криз, але й покращити стійкість і ефективність управління потоками туристів у довгостроковій перспективі. Основними напрямками інновацій є впровадження адаптивних та гнучких управлінських стратегій, розвиток стійкого туризму, диверсифікація туристичних напрямків та активне використання сучасних цифрових технологій для аналізу та управління потоками.

Сучасні технології значно змінюють підходи до управління та регулювання міжнародних туристичних потоків, роблячи їх більш

ефективними, гнучкими та адаптивними. У контексті глобальних викликів, таких як пандемії, зміни клімату та економічні кризи, технологічні інструменти дозволяють туристичній індустрії оперативно реагувати на зміни попиту, покращувати безпеку туристів, оптимізувати використання ресурсів та зменшувати вплив на довкілля. Інструменти, такі як Big Data, штучний інтелект (ШІ), системи моніторингу та інші цифрові рішення, дають змогу більш точно прогнозувати і контролювати туристичні потоки, зберігаючи баланс між потребами туристів та вимогами до збереження ресурсів.

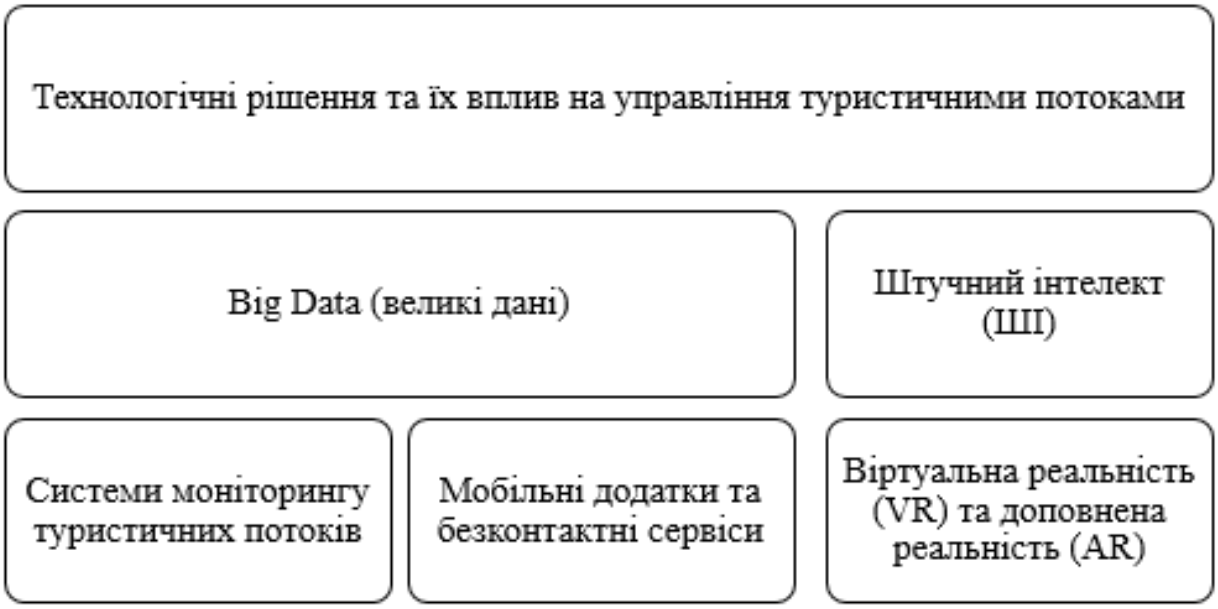


Рис. 3.1. Технологічні рішення та їх вплив на управління туристичними потоками

Використання великих даних є основою для прогнозування і прийняття рішень у туристичній індустрії. Туристичні компанії та урядові організації можуть аналізувати поведінку туристів, визначати найбільш популярні напрямки, порівнювати потоки між різними регіонами та визначати пікові періоди. Завдяки цьому аналізу можливо оптимізувати маркетингові стратегії, зосередитися на більш ефективних ринках і краще готуватися до майбутніх піків туристичної активності. Наприклад, аналіз попередніх бронювань і пошукових запитів дозволяє прогнозувати, які регіони матимуть найбільшу кількість туристів і заздалегідь готувати інфраструктуру до цього.

ШІ має велике значення для персоналізації послуг у туристичній галузі, що підвищує комфорт і зручність для туристів. Алгоритми ШІ допомагають оптимізувати логістичні процеси, такі як управління авіарейсами, бронюванням готелів або плануванням туристичних маршрутів. ШІ також використовують для аналізу споживчих вподобань, що дозволяє створювати індивідуальні туристичні пропозиції та пропонувати найбільш привабливі варіанти для кожного туриста. Водночас автоматизація процесів (наприклад, через чат-боти чи голосові асистенти) зменшує витрати компаній і підвищує якість обслуговування.

Сучасні системи моніторингу, що використовують GPS та інші технології, дають змогу в режимі реального часу контролювати рух туристів у популярних місцях. Це дає можливість регулювати доступ до зон, які можуть бути переповнені, забезпечуючи комфорт та безпеку туристів. Наприклад, під час пандемії COVID-19 такі системи допомагали уникати скупчень у популярних туристичних зонах, що сприяло зниженню ризиків зараження. Крім того, системи моніторингу дозволяють місцевим органам швидко реагувати на потенційні кризи або небезпечні ситуації.

З розвитком мобільних технологій туристи можуть швидше і зручніше отримувати доступ до послуг, таких як бронювання квитків, замовлення екскурсій або отримання інформації про туристичні об’єкти. Це підвищує рівень зручності для користувачів і зменшує необхідність фізичної взаємодії, що стало особливо важливим під час пандемії. Безконтактні сервіси також дозволяють туристичним компаніям надавати більш безпечні і комфортні умови для подорожей.

Технології VR та AR відкривають нові можливості для промоції туристичних напрямків, надаючи потенційним клієнтам можливість попередньо ознайомитися з місцями, які вони планують відвідати. Це дозволяє зменшити тиск на популярні туристичні зони, оскільки частина туристів може «відвідувати» місця віртуально. Такі технології також допомагають у

створенні нових туристичних продуктів, що поєднують традиційні подорожі з інтерактивними елементами.

Сучасні технології є потужним інструментом у процесі регулювання міжнародних туристичних потоків. Вони сприяють кращому прогнозуванню та управлінню потоками туристів, підвищенню рівня безпеки, персоналізації послуг і зниженню впливу на довкілля. Використання таких технологій дозволяє туристичній індустрії бути більш гнучкою та стійкою до змін, ефективніше адаптуватися до глобальних викликів і створювати нові можливості для розвитку туризму в майбутньому.

Міжнародна співпраця та партнерства відіграють критичну роль у розробці та впровадженні інноваційних стратегій для регулювання туристичних потоків. У світі, де глобальні виклики (зокрема пандемії, зміни клімату та економічні кризи) впливають на міжнародний туризм, спільні дії на державному та корпоративному рівнях є необхідними для формування узгоджених підходів до розвитку та управління галуззю. Міждержавна співпраця, міжнародні організації та глобальні ініціативи не лише сприяють обміну знаннями та досвідом, але й допомагають узгоджувати дії різних країн, щоб забезпечити сталий розвиток туризму та адаптацію до нових викликів.

Міждержавна співпраця Міждержавна співпраця є основою для координації зусиль різних країн у сфері регулювання міжнародних туристичних потоків. Країни можуть спільно вирішувати проблеми, що виникають через політичні або економічні кризи, обмінюватися найкращими практиками та досвідом щодо управління туризмом. Наприклад, угоди про спрощення візових режимів або забезпечення прозорості митних процедур сприяють збільшенню потоку туристів між країнами. Крім того, міжнародні програми сприяють спільному плануванню інфраструктурних проектів, таких як розвиток транспортних коридорів або загальних зон туристичного обслуговування, що робить подорожі більш доступними.

Таблиця 3.3

Основні аспекти міжнародної співпраці та її вплив на регулювання туристичних потоків

Форма міжнародної співпраці	Опис	Роль у впровадженні інноваційних стратегій
Міждержавна співпраця	Спільна робота урядів різних країн для вирішення спільних проблем, розробки політик та узгоджених стратегій розвитку туризму.	- Узгодження візових і митних режимів для спрощення подорожей. - Взаємодія для координації безпеки та стандартів охорони здоров'я. - Обмін досвідом у сфері цифровізації та стійкого розвитку туризму.
Міжнародні організації (наприклад, UNWTO)	Організації, що займаються глобальним управлінням туризмом, розробкою рекомендацій, стандартів та координацією співпраці між країнами.	- Розробка глобальних стандартів для розвитку стійкого туризму. - Формування політик щодо регулювання туристичних потоків у кризових умовах. - Поширення інноваційних підходів через навчальні програми.
Глобальні ініціативи та партнерства	Ініціативи, що об'єднують уряди, приватні компанії та неурядові організації для спільного вирішення проблем і розвитку туристичної інфраструктури.	- Просування стійких туристичних практик (ініціатива "Зелений туризм"). - Підтримка екотуризму та нових форм туризму в країнах, що розвиваються. - Розвиток інноваційних технологій (впровадження Big Data, ШІ).

Приклад. Спільні ініціативи ЄС для підтримки стійкого туризму в регіоні, зокрема через розвиток екологічних туристичних зон та об'єднання транспортної інфраструктури.

Міжнародні організації Міжнародні організації, такі як Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO), мають значний вплив на розробку глобальних стандартів у сфері туризму. Вони пропонують методики для

стійкого розвитку, формують політики реагування на глобальні кризи та ініціюють навчальні програми для країн-членів. Завдяки роботі таких організацій країни отримують доступ до останніх досліджень і технологій у сфері управління туризмом, зокрема щодо стійкості туристичної інфраструктури, кризового менеджменту та адаптації до кліматичних змін.

Приклад. UNWTO активно просуває концепцію стійкого туризму, яка базується на впровадженні екологічних та соціально відповідальних підходів у туристичних дестинаціях по всьому світу.

Глобальні ініціативи та партнерства Глобальні ініціативи, що об'єднують державний та приватний сектори, а також неурядові організації, мають на меті вирішувати специфічні проблеми, з якими стикається туристична галузь у різних регіонах. Це можуть бути ініціативи з розвитку стійкого туризму, екотуризму або впровадження інноваційних технологій для управління потоками. Через такі партнерства країни можуть отримувати необхідні інвестиції, технології та експертизу для покращення своїх туристичних пропозицій, збільшення туристичних потоків та розвитку інфраструктури.

Приклад. Ініціатива “Зелений туризм” сприяє підтримці екологічно чистих форм туризму в різних країнах світу. Вона допомагає впроваджувати інноваційні рішення, такі як відновлювані джерела енергії у готелях або використання електротранспорту для туристів.

Міжнародна співпраця є одним із ключових факторів у впровадженні інноваційних стратегій регулювання туристичних потоків. Міждержавні угоди сприяють створенню умов для безпечних та комфортних подорожей, міжнародні організації розробляють стандарти для стійкого розвитку туризму, а глобальні ініціативи об’єднують зусилля урядів, приватного сектору та неурядових організацій для впровадження новітніх технологій і підходів. Такі партнерства дозволяють туристичній індустрії ефективніше реагувати на глобальні виклики, зберігаючи стабільність потоків туристів і забезпечуючи сталий розвиток галузі.

Перспективи розвитку інноваційних стратегій у туристичній індустрії на найближчі роки обіцяють суттєве вдосконалення в багатьох аспектах, зокрема через інтеграцію цифрових технологій, зміцнення сталого розвитку та посилення співпраці між країнами та секторами. Одним із ключових напрямків стане подальше використання штучного інтелекту (AI) і автоматизації для створення персоналізованих туристичних продуктів, аналізу поведінки споживачів і покращення взаємодії з клієнтами. У майбутньому варто очікувати зростання впливу віртуальної та доповненої реальності, що дозволить туристам досліджувати напрямки перед подорожжю або брати участь у віртуальних екскурсіях, збільшуючи інтерактивність і доступність туризму.

Сталий розвиток залишатиметься одним із пріоритетів у туристичній індустрії. Туристичні напрямки будуть активно впроваджувати екологічно чисті ініціативи, спрямовані на зменшення вуглецевого сліду та збереження природних і культурних ресурсів. Особливу увагу буде приділено розвитку зеленої інфраструктури та стимулюванню екологічно відповідального туризму. Інноваційні підходи до управління туризмом також передбачатимуть підвищену відповідальність як туристів, так і операторів за вплив на довкілля.

Прогнозування майбутніх тенденцій у застосуванні інноваційних підходів до регулювання туристичних потоків базуватиметься на врахуванні глобальних викликів, таких як зміна клімату, епідемії, нестабільність економік та політичні зміни. Велика увага приділятиметься застосуванню великих даних (big data) для кращого розуміння поведінки туристів, а також для створення більш гнучких та адаптованих до змін систем прогнозування туристичних потоків. Це дозволить урядам і бізнесу швидше реагувати на зміни попиту і підвищувати стійкість туризму в умовах глобальних криз.

Враховуючи глобальні виклики, інноваційні підходи включатимуть розвиток гібридних туристичних моделей, що поєднують фізичні та віртуальні елементи туризму, розширення мережевих можливостей через співпрацю між

урядами та приватним сектором для забезпечення безпеки і розвитку туристичної інфраструктури.

3.2. Використання цифрових технологій для оптимізації управління туристичними потоками

У сучасних умовах швидкої цифровізації всієї глобальної економіки туристична індустрія зазнає значних трансформацій, пов’язаних з упровадженням цифрових технологій. Використання інноваційних рішень у галузі туризму сприяє підвищенню ефективності управління туристичними потоками, поліпшенню якості обслуговування туристів та оптимізації процесів планування і контролю на різних рівнях. Інструменти штучного інтелекту, великі дані (big data), мобільні додатки, онлайн-платформи для бронювання та віртуальні тури стали невід’ємною частиною сучасного туризму, що змінює підходи до організації подорожей, управління попитом та пропозицією. Застосування цифрових технологій дозволяє операторам туристичного ринку краще розуміти поведінку туристів, більш точно прогнозувати потоки, а також підвищувати гнучкість і швидкість реагування на зміну потреб споживачів. Це підвищує конкурентоспроможність туристичних напрямків і сприяє стійкому розвитку галузі.

Туристична галузь є однією з найбільш динамічних сфер, яка швидко адаптується до технологічних нововведень. Водночас туристичні напрямки та оператори повинні вміти швидко реагувати на зміни у глобальному середовищі: пандемії, економічні кризи, політичну нестабільність тощо. Використання цифрових рішень дозволяє оптимізувати туристичні потоки, зменшити навантаження на популярні дестинації, поліпшити управління ресурсами та забезпечити кращий сервіс для туристів. Тому тема є надзвичайно актуальною для забезпечення сталого розвитку туризму в умовах глобалізації та цифровізації.

Цифрові технології, що застосовуються в управлінні туристичними потоками, є ключовим інструментом для оптимізації процесів, покращення досвіду туристів і підвищення ефективності в галузі туризму.

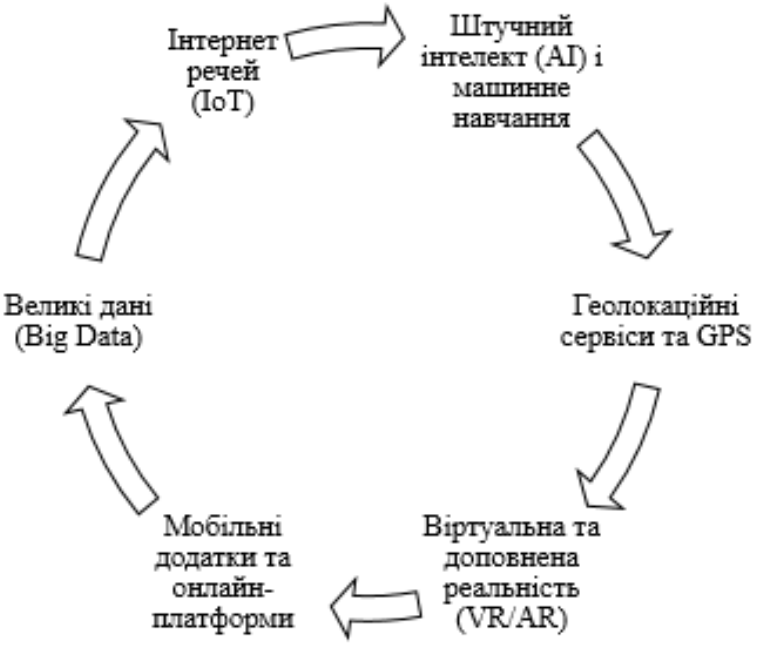


Рис. 3.2. Цифрові технології в управлінні туристичними потоками

Завдяки збору та аналізу великих обсягів даних про поведінку туристів, їх уподобання та маршрути, туристичні компанії й уряди можуть краще розуміти потреби споживачів і прогнозувати попит на послуги. Big Data допомагають виявити ключові тенденції, оптимізувати маркетингові кампанії та управляти туристичними потоками в реальному часі. Крім того, дані можуть використовуватися для аналізу трафіку в популярних туристичних місцях і зменшення перевантаженості дестинацій.

Штучний інтелект (AI) і машинне навчання дозволяють створювати персоналізовані рекомендації для туристів, аналізувати їхні інтереси та адаптувати пропозиції в режимі реального часу. Чат-боти та віртуальні асистенти, які працюють на основі AI, можуть автоматизувати процеси обслуговування, надавати консультації та допомагати туристам у плануванні подорожей. Також AI використовується для прогнозування туристичних потоків і оцінки можливих змін у поведінці споживачів.

Управління потоками туристів може бути оптимізоване через використання датчиків і підключених пристроїв, які відстежують рух туристів у реальному часі. IoT допомагає створювати "розумні" дестинації, де туристичні компанії та місцева влада можуть контролювати потік людей, сповіщати про затори, розподіляти ресурси й оптимізувати транспортні потоки.

Багато туристів планують і бронюють подорожі за допомогою мобільних додатків і онлайн-сервісів. Такі платформи, як Booking.com, Airbnb, Google Travel та інші, дозволяють не лише полегшити процес бронювання, але й допомагають туристам вибирати менш популярні маршрути або отримувати рекомендації на основі їхніх вподобань. Мобільні додатки також надають туристам інформацію про місцеві послуги та визначні місця, що робить їхній досвід більш зручним і персоналізованим.

Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) дозволяють туристам заздалегідь «відвідати» дестинацію, що сприяє залученню потенційних відвідувачів. Віртуальні тури дають можливість оглянути пам'ятки та культурні об’єкти, не виходячи з дому, що стає особливо актуальним під час пандемій або інших глобальних обмежень на подорожі.

Геолокаційні сервіси та GPS дозволяють туристам швидко знаходити потрібні місця, маршрути або пам'ятки, а також дають можливість туроператорам контролювати пересування туристичних груп. Геолокація допомагає туристичним компаніям краще керувати туристичними потоками, розподіляючи їх у часі та просторі для уникнення перевантаженості об’єктів і забезпечення комфортних умов для відвідувачів.

Великі дані (big data) стали потужним інструментом для туристичної індустрії, дозволяючи більш точно прогнозувати туристичні потоки та адаптувати пропозиції під потреби кожного клієнта. Ось кілька ключових способів, як це відбувається:

1) Прогнозування туристичних потоків

1. Ідентифікація трендів. Аналіз великих масивів даних дозволяє виявити довгострокові та короткострокові тренди в туристичних поїздках. Наприклад, можна визначити, які напрямки стають все популярнішими, коли люди найчастіше бронюють поїздки, або які фактори впливають на рішення туристів.

2. Передбачення сезонності. Великі дані допомагають точно визначити сезонність попиту на різні туристичні продукти. Це дозволяє оптимізувати ціноутворення, розподіляти ресурси та готуватися до пікових періодів.

3. Аналіз впливу зовнішніх факторів. Зміна погоди, політичні події, економічні кризи та інші зовнішні фактори можуть значно впливати на туристичні потоки. Великі дані дозволяють оцінити їхній вплив і скоригувати прогнози.

4. Персоналізовані рекомендації. Аналізуючи історію пошуків, бронювань та інших дій користувачів, можна створювати персоналізовані рекомендації щодо туристичних маршрутів, готелів, атракцій тощо.

2) Адаптація туристичних пропозицій.

1. Сегментація клієнтів. Великі дані дозволяють розділити клієнтів на сегменти за різними критеріями (вік, інтереси, дохід тощо) і розробляти для кожного сегмента індивідуальні пропозиції.

2. Динамічне ціноутворення. Завдяки великим даним можна встановлювати динамічні ціни на туристичні продукти, враховуючи попит, сезонність та інші фактори.

3. Персоналізований маркетинг. Великі дані дозволяють створювати більш цільові рекламні кампанії, що підвищує їхню ефективність.

4. Оптимізація досвіду клієнтів. Аналізуючи відгуки клієнтів та їхню поведінку, можна виявляти проблемні моменти та вносити зміни в продукти та послуги, щоб покращити їхню якість.

3) Приклади використання великих даних у туризмі.

1. Авіакомпанії. Використовують великі дані для прогнозування попиту на рейси, оптимізації цін, персоналізації послуг та розробки нових маршрутів.

2. Готелі. Аналізують дані про бронювання, відгуки клієнтів, соціальні мережі для покращення сервісу, персоналізації пропозицій та оптимізації роботи готелю.

3. Туристичні агентства. Використовують великі дані для створення персоналізованих турів, прогнозування попиту на різні напрямки та оптимізації маркетингових кампаній.

4. Міста та регіони. Аналізують дані про туристичні потоки для розробки ефективної туристичної політики, покращення інфраструктури та просування туристичних продуктів.

Штучний інтелект (AI) та автоматизація відіграють ключову роль у сучасному туризмі, допомагаючи оптимізувати обслуговування туристів і ефективно керувати туристичними потоками.

Штучний інтелект в управлінні туристичними потоками	Чат-боти та віртуальні асистенти
	Персоналізовані рекомендаційні системи
	Системи управління доходами (Revenue Management Systems)
	Прогнозування туристичних потоків
	Аналіз даних (Data Analytics) та великі дані (Big Data)
	Роботизовані системи обслуговування
	Системи управління перевантаженням і трафіком

Рис.3.3. Напрямки використання штучного інтелекту в управлінні туристичними потоками

Чат-боти та віртуальні асистенти. Ці інструменти автоматизують комунікацію з клієнтами, надаючи туристам інформацію про послуги,

маршрути, бронювання та рекомендації в режимі реального часу. Чат-боти можуть працювати цілодобово, відповідаючи на часті питання і пропонуючи індивідуальні рішення, що значно підвищує рівень обслуговування. Наприклад, такі платформи, як Amadeus і Skyscanner, інтегрують чат-боти для допомоги туристам на всіх етапах подорожі.

Персоналізовані рекомендаційні системи. Штучний інтелект аналізує великі обсяги даних про попередні поїздки, вподобання та поведінку туристів, щоб запропонувати їм персоналізовані рекомендації. Наприклад, платформи на кшталт Airbnb та TripAdvisor використовують алгоритми AI для створення індивідуальних маршрутів, готелів і заходів, що відповідають інтересам конкретного користувача.

Системи управління доходами (Revenue Management Systems). Автоматизовані системи на основі AI допомагають готелям і туроператорам оптимізувати ціноутворення, аналізуючи попит, сезонність та ринкові умови. Вони прогнозують найкращі періоди для знижок, акцій і пропозицій, що дозволяє максимізувати прибутки і керувати потоком туристів.

Прогнозування туристичних потоків. AI може аналізувати великі обсяги даних, такі як соціальні мережі, погодні умови, економічні тенденції та політичні події, щоб точно прогнозувати майбутні туристичні потоки. Це допомагає туристичним дестинаціям підготуватися до можливих змін і оптимізувати управління інфраструктурою та ресурсами.

Аналіз даних (Data Analytics) та великі дані (Big Data). Системи, що працюють на основі AI, можуть збирати та аналізувати дані з різних джерел, таких як соціальні медіа, відгуки клієнтів та інформацію про бронювання. Це дозволяє зрозуміти тенденції ринку, рівень задоволеності туристів і оптимізувати маркетингові кампанії та управління потоками.

Роботизовані системи обслуговування. Роботи та автоматизовані системи стають популярними у готелях і аеропортах для виконання рутинних завдань. Наприклад, роботи можуть здійснювати реєстрацію гостей, доставку багажу

або надавати туристичну інформацію. Такі системи знижують навантаження на персонал і підвищують ефективність обслуговування.

Системи управління перевантаженням і трафіком. AI може допомогти туристичним дестинаціям управляти перевантаженням туристичних об'єктів, аналізуючи потоки відвідувачів і регулюючи їх у часі та просторі. Інструменти автоматизації допомагають уникати скупчення туристів у пікові періоди, розподіляючи потоки на основі прогнозованих даних.

Ці інструменти AI та автоматизації значно покращують обслуговування туристів, надають персоналізовані рішення та допомагають ефективно управляти туристичними потоками, що робить туристичну індустрію більш продуктивною і орієнтованою на клієнтів.

Штучний інтелект (AI) та автоматизація відіграють ключову роль у сучасному туризмі, допомагаючи оптимізувати обслуговування туристів і ефективно керувати туристичними потоками.



Рис.3.4. Мобільні додатки та онлайн-платформи, які мають вплив на вибір дестинацій туристами і процес планування подорожей

Мобільні додатки та платформи надають туристам миттєвий доступ до величезних обсягів інформації про дестинації, готелі, ресторани, визначні

пам’ятки та інші туристичні послуги. Завдяки цьому туристи можуть швидко отримати всю необхідну інформацію для ухвалення рішення, наприклад, дізнатися про погодні умови, рейтинги закладів або наявність спеціальних пропозицій.

Багато мобільних додатків і онлайн-платформ використовують алгоритми штучного інтелекту, щоб аналізувати попередні пошуки або покупки туристів і пропонувати індивідуальні рекомендації. Такі платформи, як Google Travel, TripAdvisor чи Airbnb, можуть надавати персоналізовані маршрути, пропонувати спеціальні пропозиції або дестинації, що відповідають інтересам і потребам конкретного користувача.

Мобільні додатки спрощують процес бронювання авіаквитків, готелів, турів або оренди авто, роблячи його швидким і зручним. Завдяки платформам, як-от Booking.com чи Expedia, туристи можуть забронювати все необхідне за кілька кліків, часто маючи змогу порівняти ціни та вибрати найбільш вигідні варіанти.

Онлайн-платформи надають можливість дізнатися про досвід інших туристів, ознайомитися з реальними відгуками та оцінками. Це впливає на вибір дестинацій і туристичних послуг, оскільки люди схильні довіряти рекомендаціям інших користувачів. Платформи, як TripAdvisor або Yelp, грають тут важливу роль, надаючи можливість дізнатися більше про дестинації перед подорожжю.

Мобільні додатки полегшують процес планування подорожей, пропонуючи туристам інструменти для створення власних маршрутів, підбору цікавих місць для відвідування, ресторанних рекомендацій та інших активностей. Додатки, як-от Google Maps або Rome2Rio, допомагають туристам швидко спланувати свій час, маршрути та транспортні засоби.

Багато платформ пропонують туристам віртуальні тури по дестинаціях, що дозволяє заздалегідь ознайомитися з місцем і вирішити, чи варто туди вирушати. Це значно спрощує процес вибору дестинації та допомагає

туристам ухвалювати обґрунтовані рішення, базуючись на власних враженнях від перегляду контенту.

Інтерактивність і залученість у соціальних мережах, таких як Instagram або YouTube, впливають на вибір дестинацій. Туристи все частіше звертають увагу на відгуки та рекомендації інфлюенсерів, що популяризують різні напрямки через свої платформи.

Таким чином, мобільні додатки та онлайн-платформи кардинально змінили підхід до планування подорожей, зробивши його більш доступним, персоналізованим і інтерактивним. Це сприяє тому, що туристи ухвалюють рішення на основі рекомендацій, реальних відгуків та зручності планування.

Цифрові технології можуть суттєво допомогти у вирішенні проблем перевантаження популярних туристичних напрямків і сприяти забезпеченню сталого розвитку туризму за рахунок низки стратегічних інструментів: моніторинг та управління туристичними потоками в режимі реального часу, динамічне ціноутворення, попереднє бронювання та обмеження відвідувачів, віртуальні тури та розширена реальність (ar), розподіл туристичних потоків через мобільні додатки, підвищення обізнаності туристів, аналітика для прогнозування та планування.

Моніторинг та управління туристичними потоками в режимі реального часу. Системи на основі великих даних (big data) та інтернету речей (IoT) дозволяють відстежувати потоки туристів у реальному часі. Це допомагає туристичним організаціям і місцевій владі оперативно реагувати на перевантаження певних місць і перенаправляти туристів до менш популярних локацій. Зокрема, такі технології можуть допомогти обмежувати кількість відвідувачів у певних місцях, зменшуючи негативний вплив на екосистему і культурні пам’ятки.

Динамічне ціноутворення. Використання алгоритмів штучного інтелекту дозволяє встановлювати динамічні ціни на туристичні послуги в залежності від рівня попиту. Це означає, що в періоди пікового навантаження ціни можуть

підвищуватися, що допомагає зменшити кількість туристів, або пропонувати знижки для відвідування менш популярних дестинацій під час міжсезоння.

Попереднє бронювання та обмеження відвідувачів. За допомогою цифрових платформ можна вводити системи попереднього бронювання для доступу до популярних туристичних об'єктів, таких як національні парки чи культурні пам’ятки. Це дозволяє обмежити кількість відвідувачів на певний період, забезпечуючи сталий рівень навантаження на інфраструктуру та природні ресурси.

Віртуальні тури та розширена реальність (AR). Технології віртуальної реальності (VR) і розширеної реальності (AR) дозволяють туристам отримати досвід подорожі без фізичної присутності на місці. Це особливо важливо для захисту природних заповідників і культурних об'єктів, що страждають від перенавантаження туристів. Віртуальні тури можуть стати альтернативою для тих, хто не має змоги відвідати об’єкт особисто або хоче уникнути перенаселених місць.

Розподіл туристичних потоків через мобільні додатки. Мобільні додатки можуть сприяти розподілу туристів по менш відомих дестинаціях, пропонуючи альтернативні маршрути або спеціальні пропозиції на відвідування тих місць, які не страждають від перевантаження. Такі додатки можуть відстежувати місцезнаходження туристів і пропонувати їм рекомендації щодо того, які місця краще відвідати для зменшення навантаження на популярні дестинації.

Підвищення обізнаності туристів. Цифрові платформи можуть використовуватися для інформування туристів про важливість сталого туризму, мінімізацію впливу на довкілля та дбайливе ставлення до культурної спадщини. Кампанії в соціальних мережах і додатках можуть надавати екологічні рекомендації та інформацію про екологічні ініціативи, що вплине на поведінку туристів і сприятиме відповідальному туризму.

Аналітика для прогнозування та планування. Аналітичні інструменти на основі великих даних дозволяють урядам і туристичним організаціям

прогнозувати пікові навантаження та планувати заходи для зменшення негативного впливу на популярні дестинації. Це допомагає управляти потоками туристів і впроваджувати довгострокові стратегії сталого розвитку.

Таким чином, цифрові технології надають потужні інструменти для контролю та управління туристичними потоками, допомагаючи мінімізувати екологічні та соціальні проблеми, пов'язані з перевантаженням популярних дестинацій. Вони також сприяють розвитку більш сталого та відповідального туризму, який враховує потреби майбутніх поколінь.

3.3. Удосконалення маркетингових підходів для стимулювання міжнародного туризму

Туристські потоки формуються під впливом численних факторів, серед яких особливе місце, безперечно, займають соціально-економічні. Серед провідних соціально-економічних чинників слід назвати рівень соціально-економічного розвитку, який виражається в рівні розвитку продуктивних сил, масштаби накопичень, життєвому рівні населення, матеріальний добробут тощо. Від рівня соціально-економічного розвитку залежить обсяг рекреаційного попиту, що визначає величину рекреаційного потоку.

Одним з головних чинників слід називати розвиток продуктивних сил. Виникнення і розширення різних потреб є результатом розвитку виробництва. Рекреаційні потреби мають соціально-економічний характер і є продуктом розвитку суспільства. Масові туристські потреби, характерні для сучасного суспільства, можливі при досить високому рівні розвитку продуктивних сил і матеріального виробництва. Удосконалення продуктивних сил призводить до автоматизації виробництва, яка призводить до того, що на створення продукту витрачається менше часу, тобто скорочується робочий час. Внаслідок цього збільшується бюджет вільного часу, тобто часу, який залишається у людини після роботи для задоволення рекреаційних потреб. Збільшення вільного часу є вирішальним стимулом попиту на туристичні послуги. Традиційно

вважалося, що прогрес світової економіки веде до підвищення рівня життя і, як наслідок, до нового «золотого» століття загального відпочинку. Однак очевидно, що коли робоче навантаження збільшується, а час для відпочинку постійно скорочується, якість життя знижується. Високий рівень технологій робить роботодавців менш залежними від персоналу, що змушує робітників і службовців працювати в менш вигідних умовах, щоб зберегти свої робочі місця.

Високий рівень розвитку країни гарантує зростання матеріального добробуту людей, який визначає суму грошей, які вони можуть витратити на використання свого вільного часу. Підвищення матеріальних благ призводить до зростання доходів населення, а також споживчої частини національного доходу. Швидкими темпами збільшуються і реальні доходи населення.

Основою розвитку міжнародних туристичних потоків є сам турист. Від соціально-економічного стану держави, в якій знаходиться турист, залежить те як, де і скільки він буде відпочивати. Гарним прикладом можна сміло вважати Європу. Більшість країн Європи відносяться до постіндустріального суспільства. Через це європейці є постійними та бажаними туристами у всьому світі.

На нашу думку, головною проблемою інших туристичних регіонів є саме соціально-економічне становище регіонів та його нерівномірність. Не можливо виключати той факт, що в Американському, Азіатсько-Тихоокеанському, Близькосхідному, Африканському та Південнно-Азіатському регіонах є свої лідери, які майже не поступаються країнам Європи. Проте якщо брати ситуацію в цілому, то ми бачимо, що на другій світовій сходинці Американський регіон тримає лише США, Канада та Бразилія. Інші країни латинської та центральної Америки, знаходяться на зовсім іншому рівні розвитку.

Однак, слід помітити той факт, що туристична індустрія не стоїть на місці. Очікується, що до 2030 року кількість прибулих туристів в країнах, що розвиваються буде набагато більше, ніж в розвинених країнах. У 2030 році

57% міжнародних туристських приїжджих будуть зосереджені в країнах, що розвиваються (по порівнянні з 30% в 1980 рік) і 43% - в розвинених країнах (по порівняно з 70% в 1980 році). Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок про те, що спостерігається гостра конкурентна боротьба між країнами (регіонами) за споживача туристських послуг, який стає головним інвестором приймаючої дестинації. Минулий рік наочно продемонстрував стійке зростання всіх показників світового ринку туристських послуг. Можна стверджувати про стійкість даного сектора економіки в час глобальної економічної кризи, що підтверджується щорічними позитивними прогнозами експертів Всесвітньої туристської організації. У зв'язку з цим значення і роль міжнародного туризму для багатьох країн (регіонів) неухильно зростає. Відбуваються катаклізми всередині країни слабшають курс національної валюти і сприяють відвідуваності даної країни.

Таким чином, розглядаючи роль рівня соціально-економічного розвитку на величину туристських потоків міжнародного туризму можна зробити наступні висновки:

- рівень соціально-економічного розвитку визначає величину рекреаційного попиту і пропозиції, які в сукупності і визначають величину туристського потоку;
- потреба в туризмі, з'являється на певному рівні розвитку суспільства, коли потреба в відпочинку стає необхідною умовою існування сучасного освіченої культурної людини;
- промисловий і технічний прогрес, характерні, в основному, для розвинених країн, призводить до підвищення вартості робочої сили. Остання обставина стимулює підвищення рівня життя і збільшення матеріального добробуту, який і визначає суму грошей, яку вони можуть витратити на використання вільного часу;
- туристська мобільність населення залежить від рівня особистого споживання в країнах його постійного місця проживання: чим вище рівень споживання, тим більше людей бере участь в туристських потоках;

- кожна держава виробляє свою політику регулювання прибуттів іноземних туристів за допомогою цін;
- рівень розвитку туризму знаходиться в великій залежності від рівня розвитку реклами.

Сучасний світовий туризм переживає значні зміни під впливом глобальних тенденцій, таких як цифровізація, зміна споживчих переваг та підвищена увага до сталого розвитку. У таких умовах вдосконалення маркетингових підходів є необхідною складовою для стимулювання міжнародного туризму. Ефективні маркетингові стратегії не лише сприяють збільшенню туристичних потоків, але й дозволяють підвищити впізнаваність дестинацій, залучити нові сегменти ринку та зміцнити конкурентні позиції на глобальній арені.

Основними напрямками вдосконалення маркетингових підходів у міжнародному туризмі є застосування сучасних цифрових технологій, сегментація ринку та індивідуалізація пропозицій, розвиток брендингу дестинацій, а також просування сталого туризму. Цифрові платформи та соціальні мережі відкривають нові можливості для таргетованої реклами, створення інтерактивного контенту та залучення туристів через персоналізовані рекомендації. Використання великих даних (big data) і штучного інтелекту дозволяє глибше аналізувати поведінку туристів і передбачати їхні потреби.

Сегментація ринку та індивідуалізація маркетингових кампаній також є важливими підходами для стимулювання міжнародного туризму. Дестинації можуть розробляти спеціальні пропозиції для різних цільових груп, таких як сімейні туристи, мандрівники старшого віку або любителі активного відпочинку, враховуючи їхні унікальні потреби та інтереси. Брендинг дестинацій допомагає створити чіткий і привабливий образ туристичного напрямку, акцентуючи увагу на його унікальних рисах, культурній спадщині та природних особливостях.

Окрім цього, сталий туризм набуває дедалі більшої ваги в маркетингових стратегіях. Підтримка екологічних ініціатив, збереження культурної спадщини та розвиток соціально відповідального туризму є ключовими факторами для залучення свідомих мандрівників. Підтримка прозорих і відповідальних практик стає важливою умовою для зміцнення репутації дестинацій у світовій туристичній спільноті.

Таким чином, удосконалення маркетингових підходів є критичним фактором для стимулювання міжнародного туризму. Використання сучасних інструментів цифрового маркетингу, розвиток бренду дестинацій, орієнтація на сталий розвиток і врахування індивідуальних потреб туристів допоможуть створити конкурентоспроможні стратегії, які відповідають викликам сьогодення і дозволяють залучати більше міжнародних туристів.

Основні сучасні маркетингові стратегії для стимулювання міжнародного туризму включають кілька важливих напрямків. По-перше, це цифровий маркетинг, що охоплює використання соціальних мереж, онлайн-платформ і контент-маркетингу. Туристичні дестинації активно просуваються через такі платформи, як Instagram, Facebook, YouTube, де створюється візуально привабливий контент для залучення туристів. Цільова реклама, зокрема таргетинг, допомагає досягати конкретні групи туристів на основі їхніх уподобань.

По-друге, персоналізований маркетинг набирає обертів завдяки використанню великих даних (big data) та штучного інтелекту, що дозволяють створювати індивідуалізовані пропозиції для туристів. Цей підхід включає розробку унікальних маршрутів та пакетів послуг, орієнтованих на потреби та інтереси конкретних сегментів туристів, таких як молодь, сім'ї чи мандрівники старшого віку.

Ще одна важлива стратегія — це брендинг туристичних дестинацій, який допомагає створити впізнаваний образ регіону або країни. Це включає використання слоганів, логотипів та рекламних кампаній, що акцентують

увагу на унікальних рисах дестинації, таких як культурні події, історичні пам'ятки або природні ресурси.

Інфлюенсер-маркетинг також є потужним інструментом, особливо з огляду на вплив блогерів і відомих осіб на соціальних платформах. Вони можуть залучати своїх підписників до вибору конкретних дестинацій через особисті рекомендації.

І нарешті, стратегія сталого туризму стає все більш популярною, особливо серед свідомих мандрівників. Маркетинг у цьому напрямку спрямований на просування екологічно відповідальних туристичних практик, захист культурної та природної спадщини, що дозволяє залучати туристів, зацікавлених у сталому розвитку.

Ці стратегії дозволяють туристичним дестинаціям бути більш гнучкими, адаптуватися до нових трендів і ефективно залучати міжнародних туристів, забезпечуючи конкурентоспроможність на світовому ринку.

Цифрові технології, такі як соціальні мережі, онлайн-платформи та великі дані, мають значний вплив на просування туристичних дестинацій, змінюючи підходи до маркетингу та залучення туристів.

Таблиця 3.4.

Цифрові технології в просуванні туристичних дестинацій

Цифрові технології	Переваги
Соціальні мережі	Візуальний контент Цільова реклама Інфлюенсер-маркетинг
Онлайн-платформи	Платформи для бронювання Віртуальні тури Мобільні додатки
Великі дані (Big Data)	Аналіз споживацької поведінки Прогнозування попиту
	Персоналізовані пропозиції

Соціальні мережі стали одним з найпотужніших інструментів для просування туристичних дестинацій. Платформи, такі як Instagram, Facebook, YouTube, дозволяють туристичним компаніям і дестинаціям створювати візуально привабливий контент, який стимулює бажання подорожувати. Користувачі можуть ділитися своїми враженнями та досвідом через фото, відео та відгуки, що посилює ефект «сарафанного радіо» і створює позитивне уявлення про дестинацію. Інфлюенсери та тревел-блогери часто співпрацюють з туристичними компаніями, допомагаючи просувати місця завдяки своєму великому впливу на аудиторію.

Онлайн-платформи для бронювання (такі як Booking.com, Airbnb, Expedia) спрощують процес пошуку, бронювання та планування подорожей, роблячи дестинації більш доступними для широкого загалу. Вони також дозволяють порівнювати ціни, читати відгуки інших користувачів і отримувати персоналізовані рекомендації, що допомагає туристам приймати обґрунтовані рішення.

Великі дані (big data) відкривають нові можливості для туристичних компаній та урядів щодо аналізу туристичних потоків і прогнозування тенденцій. Збирання даних про поведінку туристів – їхні уподобання, маршрути подорожей, час перебування тощо – дозволяє дестинаціям точніше орієнтувати свої маркетингові кампанії та адаптувати туристичні продукти до потреб конкретних груп споживачів. Наприклад, за допомогою великих даних можна визначити, коли і де найчастіше подорожують туристи з певних країн, і використовувати цю інформацію для створення відповідних пропозицій.

Крім того, цифрові технології дозволяють ефективно використовувати таргетовану рекламу. Маркетологи можуть створювати рекламні кампанії, які точно налаштовані на конкретну аудиторію, наприклад, на людей з певних регіонів або з певними інтересами, що збільшує ймовірність залучення потенційних туристів.

Загалом, цифрові технології значно підвищують ефективність просування туристичних дестинацій, дозволяючи краще орієнтуватися на потреби

туристів, створювати персоналізовані пропозиції та використовувати сучасні маркетингові інструменти для збільшення туристичних потоків.

Впровадження персоналізованих маркетингових кампаній може значно сприяти збільшенню міжнародних туристичних потоків за рахунок більш точного і цілеспрямованого підходу до залучення туристів.

По-перше, персоналізація дозволяє туристичним компаніям і дестинаціям адаптувати свої пропозиції до конкретних інтересів, уподобань і потреб окремих груп туристів. Використовуючи дані про поведінку користувачів, такі як історія пошуку, демографічні показники або відгуки про попередні подорожі, маркетологи можуть створювати індивідуальні рекламні повідомлення, які краще відгукуються на очікування туристів. Це збільшує ймовірність того, що турист обере саме ту дестинацію, яка відповідає його вподобанням і стилю відпочинку.

По-друге, персоналізовані кампанії створюють відчуття індивідуальної уваги, що підвищує лояльність туристів до бренду чи дестинації. Коли турист відчуває, що його інтереси враховуються, він більш схильний повторно вибирати ту саму дестинацію або рекомендувати її іншим.

По-третє, персоналізація сприяє більш ефективному використанню маркетингового бюджету, оскільки таргетована реклама направлена на зацікавлених користувачів, що підвищує її ефективність. В результаті туристичні компанії можуть залучити більше відвідувачів, витративши менше ресурсів на нерелевантні аудиторії.

Загалом, впровадження персоналізованих маркетингових кампаній підвищує рівень зацікавленості і залучення туристів, сприяючи збільшенню міжнародних туристичних потоків через краще розуміння і задоволення їхніх потреб.

Туристичні дестинації стикаються з низкою викликів при впровадженні сучасних маркетингових технологій, що потребують адаптації до нових умов і ефективного використання цифрових інструментів.

Туристичні дестинації постійно змагаються за увагу туристів, оскільки кількість інформації в інтернеті та соціальних мережах зростає. Щоб виділитися серед конкурентів, дестинаціям необхідно створювати унікальний і привабливий контент, який відповідає інтересам аудиторії. Проте створення такого контенту вимагає значних ресурсів та креативного підходу.

Хоча персоналізовані маркетингові кампанії стали важливим інструментом для залучення туристів, їх впровадження потребує точного збору, аналізу та управління даними. Туристичним дестинаціям може бути складно інтегрувати різні джерела даних, такі як поведінкові дані користувачів, і використовувати їх для ефективного персоналізованого просування. Водночас персоналізація викликає питання щодо конфіденційності і захисту даних, що є додатковим викликом.

Цифрові маркетингові платформи постійно змінюються і вимагають від дестинацій інвестицій у нові технології та навчання персоналу. Підтримка актуальних технологій, таких як штучний інтелект, аналітика великих даних і автоматизація маркетингових процесів, потребує наявності експертів і постійних інновацій.

Партнерські моделі між урядами, туристичними компаніями та міжнародними організаціями сприяють ефективнішому просуванню туризму завдяки об'єднанню ресурсів, знань та стратегій.

Партнерські моделі між урядами, туристичними компаніями та міжнародними організаціями відіграють важливу роль у просуванні туризму на глобальному рівні. Однією з ключових форм співпраці є державне-приватне партнерство, де урядові структури забезпечують створення сприятливого нормативно-правового середовища та інвестують у розвиток інфраструктури, а приватні компанії надають необхідні послуги та просувають туристичні продукти. Такі партнерства часто включають спільні проєкти з розвитку транспортної доступності, модернізації туристичних об'єктів та створення нових туристичних маршрутів.

Іншою важливою моделлю є міжнародна співпраця, де залучаються організації, такі як Всесвітня туристична організація (UNWTO) чи Європейська туристична комісія (ETC). Вони допомагають країнам координувати спільні маркетингові зусилля, просувати туристичні дестинації на світовому ринку та забезпечувати стандарти якості. Така співпраця також включає обмін досвідом, даними та кращими практиками в галузі управління туризмом.

Співпраця між різними країнами в рамках регіональних туристичних альянсів також сприяє розвитку туризму. Завдяки таким альянсам країни можуть розробляти спільні туристичні продукти, проводити крос-маркетингові кампанії і створювати єдині візові програми або пільгові умови для подорожей між країнами-учасниками. Ці моделі сприяють створенню комплексних стратегій просування туризму, які дозволяють ефективніше залучати міжнародних туристів і забезпечувати стале зростання індустрії.

Таким чином, успішні партнерські моделі сприяють взаємній вигоді для всіх залучених сторін, оптимізуючи зусилля та ресурси для досягнення спільних цілей у просуванні туризму на міжнародному рівні.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідивши характер і географічну структуру міжнародних туристичних потоків, можна зробити висновок про те, що на основі загальної глобалізації світового господарства і регіональних інтеграційних процесів міжнародний туризм став не тільки масовим, але і глобальним за своїм просторовим поширенням. Істотно змінилася технологія туризму під впливом інформаційних комп'ютерних систем управління та бронювання послуг, процесу створення готельних мереж, введення міжнародних стандартів туристської пропозиції, прогресу в галузі транспорту. У туристичну пропозицію все більшою мірою залучаються культурно-історичні цінності минулого і цивілізаційні особливості сучасного світу. Міжнародні стандартні технології поєднуються з культурним розмаїттям, що утягують в туристську галузь світового господарства.

Міжнародні туристські потоки характеризуються нерівномірністю поширення в світовому просторі, що пов'язано в першу чергу з нерівномірністю розвитку економіки держав; з віддаленістю ряду регіонів і країн від основних місць рекреаційних потреб; зі сформованими стереотипами в географічній вибірковості туристів і рядом інших причин. Ці причини, діючи спільно, формують відносно стабільні рекреаційні потоки. Більшість країн не використовують потенціал своїх туристичних ресурсів.

Найбільш потужні туристські потоки спрямовані до Європейського регіону, а в ньому в країни Середземномор'я, потім слід Американський регіон, точніше Північна Америка і Карибський басейн разом узяті. В останнє десятиліття різко висунувся Азіатсько-Тихоокеанського регіону. У перспективі туризм, за прогнозами експертів, стане першою експортною галуззю світового господарства.

Результати проведеного дослідження дозволяють дійти таких висновків, що містять елементи наукової новизни і мають теоретико-методичне та практичне значення:

Було визначена сутність міжнародних туристичних потоків та їх географічна особливість. На наш погляд, через залучення все більшої кількості людей в туристські потоки, стрімко зростають й масштаби туризму. Оскільки при злитті туристичних потоків у певному географічному діапазоні, у зв'язку з їх зацікавленістю та привабливістю для туристів, формуються туристичні центри, які в свою чергу мають соціально-економічний вплив на ці потоки та сприяють їх подальшому розвитку. Шляхи перетину цих самих туристичних потоків їх географічне місце або протяжність в певному просторі визначаються статистичних шляхом. В дослідженні цього питання, у дипломній роботі використовувалися ряд методів: наукового прогнозу, дослідження процесу туристичної діяльності, структуризації цілей, проведення аналогій та взірцевої моделі, тощо.

Основним фактором, що обумовлює створення рекреаційного середовища є – потреба суспільства. Проте не можна виключати важливість локалізуючих факторів, бо саме ці фактори призводять до формування туристичних підприємств. Актуальність піднятого питання посилюється тим, що через проявлення тенденцій до урбанізації та крокуючою за ним потребою у відпочинку, є важливим вивчення особливостей рекреаційного середовища. У розвитку рекреаційного середовища значну роль відіграє соціально-економічний фактор. Оскільки, високий рівень розвитку країни гарантує добробут населення, який визначає суму грошей, які вони можуть витратити на використання свого вільного часу. Підвищення матеріальних благ призводить до зростання доходів населення, а також споживчої частини національного доходу. Швидкими темпами збільшуються і реальні доходи населення.

Туристичні потоки ведуть до створення і розвитку міжнародних туристичних регіонів. На сьогодні Всесвітня туристична організація виділяє шість туристичних регіонів: Європейський, Американський, Азіатсько-Тихоокеанський, Близькосхідний, Африканський, Південно-Азіатський. На протязі 10 років поспіль Європейський регіон є найпопулярнішим місць серед

туристів, Американський та Азіатсько-тихоокеанський регіони не відстають та постійно покращають свої результати, але все що відстають по деяким категоріям. Щодо Африканського, Південно-Азіатського та Близькосхідного, то через велику низку проблем, головною серед яких є соціально-економічний чинник, ці туристичні регіони досить значно відстають від своїх сусідів. Проте с кожним роком результати цих регіонів стають все краще.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Affiliate members regional report – volume four: tourism in Africa: a tool for development. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/affiliate-members-regional-report-volume-four-tourism-africa-tool-development (дата звернення: 12.11.2024)

2. Country profile – inbound tourism. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism (дата звернення: 12.11.2024)

3. European union short-team tourism trends, part 1. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/europe/publication/european-union-short-term-tourism-trends-volume-1-2017-1 (дата звернення: 12.11.2024)

4. European union tourism trends. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/europe/publication/european-union-tourism-trends (дата звернення: 12.11.2024)

5. Fang Liu, Erfu Dai, Jun Yin A review of social–ecological system research and geographical applications. *Sustainability* 2023, *15*(8), URL: https://doi.org/10.3390/su15086930 (дата звернення: 12.11.2024)

6. Global and regional tourism performance. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance (дата звернення: 12.11.2024)

7. Managing growth and sustainable tourism governance in Asia and pacific. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/archive/asia/publication/managing-growth-and-sustainable-tourism-governance-asia-and-pacific (дата звернення: 12.11.2024)

8. Mearsheimer, J. J. (2019). Bound to Fail: The Rise and Fall of the Liberal Interna- tional Order. *International Security,* 43(4), 7–50. URL: https://doi.org/10.1162/isec_a_00342 (дата звернення: 12.11.2024)

9. Parfinenko, A. (2019). War and Peace of Ukrainian Tourism: the Impact of Geopoliti- cal Factors on the Tourism Process in Ukraine. *Visnyk of the Lviv*

University. Series Interna- tional Relations, (47). URL: https://doi.org/10.30970/vir.2019.47.0.10978 (дата звернення: 12.11.2024)

10. Snihur, Kateryna (2019) Dynamics of international tourist flows of ukraine: state, trends and directions of optimization. Торгівля і ринок України (1(45)). pp. 126-136.

11. Tourism and the sustainable development goals – good practices in the Americas. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/tourism-and-sustainable-development-goals-good-practices-americas (дата звернення: 12.11.2024)

12. Tourism in the 2030 agenda. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda (дата звернення: 12.11.2024)

13. Tourism in the BSEC region. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/tourism-bsec-region-barometer (дата звернення: 12.11.2024)

14. UNWTO Annual report 2015. UNWTO. URL: http://www.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2015 (дата звернення: 12.11.2024)

15. UNWTO Asia pacific newsletter 46 issue. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/asia/publication/unwto-asia-pacific-newsletter-46-issue (дата звернення: 12.11.2024)

16. UNWTO briefing paper: Towards Measuring the economic value of wildlife watching in Africa". UNWTO. URL: https://www.unwto.org/node/9670 (дата звернення: 12.11.2024)

17. UNWTO tourism highlights, 2017 edition 日本語版. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/archive/asia/publication/unwto-tourism-highlights-2017-edition (дата звернення: 12.11.2024)

18. UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. UNWTO. URL: http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018 (дата звернення: 12.11.2024)

19. UNWTO/GTERC annual report on Asia tourism trends – 2017 edition. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/archive/asia/publication/unwtogterc-annual-report-asia-tourism-trends-2017-edition (дата звернення: 12.11.2024)

20. Бондаренко А. Г. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 26. С. 3-7.

21. В'їзний туризм: навчальний посібник / Авторський колектив: Коваль П. Ф., Алєшугіна Н. О., Андрєєва Г. П. та інші. – Ніжин, Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. С.258-259

22. Географія світових туристських потоків. URL: https://pidruchniki.com/15660212/turizm/geografiya_svitovih_turistskih_potokiv (дата звернення: 12.11.2024)

23. Джинджоян В. В., Шарутенко К. С. Розвиток міжнародного туризму у європейському туристичному регіоні. Ефективна економіка, №7, 2021.С. 125-129

24. Зайчук К.А Періодизація формування туристичного ринку та динаміка туристичних потоків волинського регіону протягом 2015–2018 РОКІВ. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. Том 30 (69). № 6, 2019 С. 78-81

25. Івченко Л. О. Макроекономічні показники як фактори впливу на обсяги виїзних туристичних потоків. *Актуальні питання економіки, фінансів, обліку і права в сучасних умовах* : міжнар. наук.-практ. конф., 16 квіт. 2020 р., м. Полтава : зб. тез допов. : у 8 ч. – Полтава : ЦФЕНД, 2020. – Ч. 2. – С. 30–33.

26. Кірдан, О. (2023). Міжнародний туризм у сучасному науковому дискурсі. *Економіка та суспільство*, (51). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-35 (дата звернення: 12.11.2024)

27. Кузишин, А. В., Черешнюк, Т. О. ., Поплавська, І. В. ., & Добровольська, С. Я. . (2021). Географічні аспекти формування іноземних туристичних потоків україни: стан і проблеми формування. *Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки*, *26*(1(38), 117–134. URL: https://doi.org/10.18524/2303-9914.2021.1(38).234684 (дата звернення: 12.11.2024)

28. Кушнір Л., Брензович К. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку країн і регіонів. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С.15-21.

29. Литвин, О. (2022). Міжнародний туризм в сучасних умовах кризи і соціально-економічних потрясінь. *Економіка та суспільство*, (40). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-17 (дата звернення: 12.11.2024)

30. Литвин, О. (2022). Міжнародний туризм: категорія та чинники розвитку. *Економічні горизонти*, (1(19), 95–104. URL: https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(19).2022.275007

31. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 343 с

32. Олійник, В., & Бондар, О. (2023). Дослідження динаміки туристичних потоків України. *Scientific Collection «InterConf»*, (140), 467–471. URL: https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/2217 (дата звернення: 12.11.2024)

33. Погуда Н. В. Дослідження чутливості туристичних потоків до впливу світових та локальних факторів. *Вчені записки ТНУ. Серія Економіка і управління*. 2020. Том 31 (70), № 2. С. 124–132.

34. Романова А.А. Дослідження туристичних потоків дестинації: теорія та практика. *Економіка та управління національним господарством. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. Том 31 (70). № 6, 2020. С. 65-69

35. Сайт державного комітету статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 12.11.2024)

36. Сайт державної служби туризму та курортів. URL: http://www.tourism.gov.ua (дата звернення: 12.11.2024)

37. Сайт Київської державної асоціації. URL: http://kta.kyiv.ua/#firstSection (дата звернення: 12.11.2024)

38. Тюріна, Д. (2021). Міжнародний туризм в умовах пандемії: проблеми та шляхи подальшого розвитку. *Економіка та суспільство*, (30). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-32 (дата звернення: 12.11.2024)

39. Уварова Г.Ш. Міжнародний туризм: сучасні тенденції і перспективи розвитку. *Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики*: матеріали міжнародної науково- практичної конференції у 5-ти т. - К.: НАУ, 2020. - Т. IV. – С.136-143

40. Фірсенко Р.Л. Географічні фактори формування та удосконалення міжнародних туристичних потоків у сучасному світі. *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів* Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 31 жовтня 2024 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2024. С. 214-216

41. Худавердієва, В. А. (2022). Міжнародний туризм як чинник європейської інтеграції україни: історія, сучасний стан і перспективи розвитку. *Південний архів (історичні науки)*, (39), 35–43. URL: https://doi.org/10.32999/ksu2786-5118/2022-39-5 (дата звернення: 12.11.2024)

42. Чиняк В. В. Огляд впливу динаміки туристичних потоків на наповненість готельних підприємств закарпатської області в період 2018–2020 рр. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. № 3 (2021) URL: https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-3-9

ДОДАТКИ

додаток А

Європейський регіон

Центральна Європа	Західна Європа	Східна Європа	Північна Європа	Південна Європа
Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини, Румунії, Словенії, Хорватії, Македонії, Боснії і Герцеговини, Союзної республіки Югославії, Албанії.	Німеччина, Австрія, Швейцарія, Ліхтенштейн, Люксембург, Нідерланди, Бельгія, Франція.	(Україна, Білорусь, Литва, Латвія, Естонія, Молдова	Фінляндія, Швеція, Норвегія, Данія, Велика Британія, Ірландія, Ісландія.	Португалія, Іспанія, Андорра, Італія, Монако, Ватикан, Сан-Марино, Греція, Мальта, Кіпр, Албанія.

Американський регіон

Північна Америка	Південна Америка	Центральна Америка	Карибський регіон
США Канада Гавайські о. (США) Гренландія (Дан.) Сен-П'єр і Мікелон (Фр.).	Аргентина Болівія Бразилія Чилі Колумбія Еквадор Гайана Парагвай Перу Суринам Уругвай Венесуела Гвіана (Фр.) Фолклендські о.	Беліз Коста-Ріка Сальвадор Гватемала Гондурас Нікарагуа Панама	Антигуа і Барбуда Барбадос Куба Домініка Домінікан. Респ. Гренада Гаїті Ямайка Сент-Кітс і Невіс Сент-Вінсент і Гренадіни Сент-Люсія Трінідад і Тобаго Сінт-Естатіус Сен-Мартен Антілья о. (Вел.) Аруба о. (Нид.) Бермуд о. (Вел.) Кайман о. (Вел.) Гваделупа о. (Фр.) Мартинюк о. (Фр.) Монтсеррат (Вел.) Антильські (Нид.) Пуерто-Ріко (США) Тертці, Кайкос (Вел.) Віргіни о-ва (США) Кюрасао о-ва (Нид.) Бонайре о-ва (Нид.) Віргінські. о-ва (Вел.)

Азіатсько-Тихоокеанський регіон

Північно-східна Азія	Південно-Східна Азія	Австралія	Мікронезія	Полінезія	Меланезія
Китай Японія КНДР Респ. Корея Монголія Гонконг (Кіт.) Макао (Кіт.) Тайвань (Кіт.)	Бруней Камбоджа Індонезія Лаос Малайзія Філіппіни Сінгапур Таїланд В'єтнам	Австралія Нова Зеландія	Кірібаті Науру Гуам о. (США) Мідуей о. (США) Маріанські о-ва Маршаллові о-ва Каролінські о-ва Палау о-ва Понапе (шт.) Трук (шт.) Яп (шт.)	Тонга Тувалу західне Самоа Фр. Полінезія Сх. Самоа (США) Кука о-ва (Н.Зел.) Токелау о-ва (Н.З.) Ніуе о. (Н.Зел)	Фіджі Папуа-Н-Гвінея Вануату Соломонові о. Н.Каледонія (Фр.)

Африканський регіон

Східна Африка	Північна Африка	Західна Африка	Центральна Африка	Південна Африка
Бурунді Коморські о-ва Джібуті Еритрея Ефіопія Кенія Мадагаскар Малаві Маврикій Мозамбік Руанда Сейшельські. о-ва Сомалі Танзанія Уганда Замбія Зімбабве Реюньйон о. (Фр.)	Алжир Марокко Туніс	Бенін Буркіна-Фасо Кабо-Верде Кот-д-Івуар Гамбія Гана Гвінея Гвінея Ліберія Малі Мавританія Нігер Нігерія Сенегал Сьєрра-Леоне Того Св. Єлени о-ва	Ангола Камерун ЦАР Чад Конго Дем. Респ. Конго Екватор. Гвінея Габон Сан-Томе і Прінсіпі Заїр	Ботсвана Лесото Намібія Свазіленд ПАР

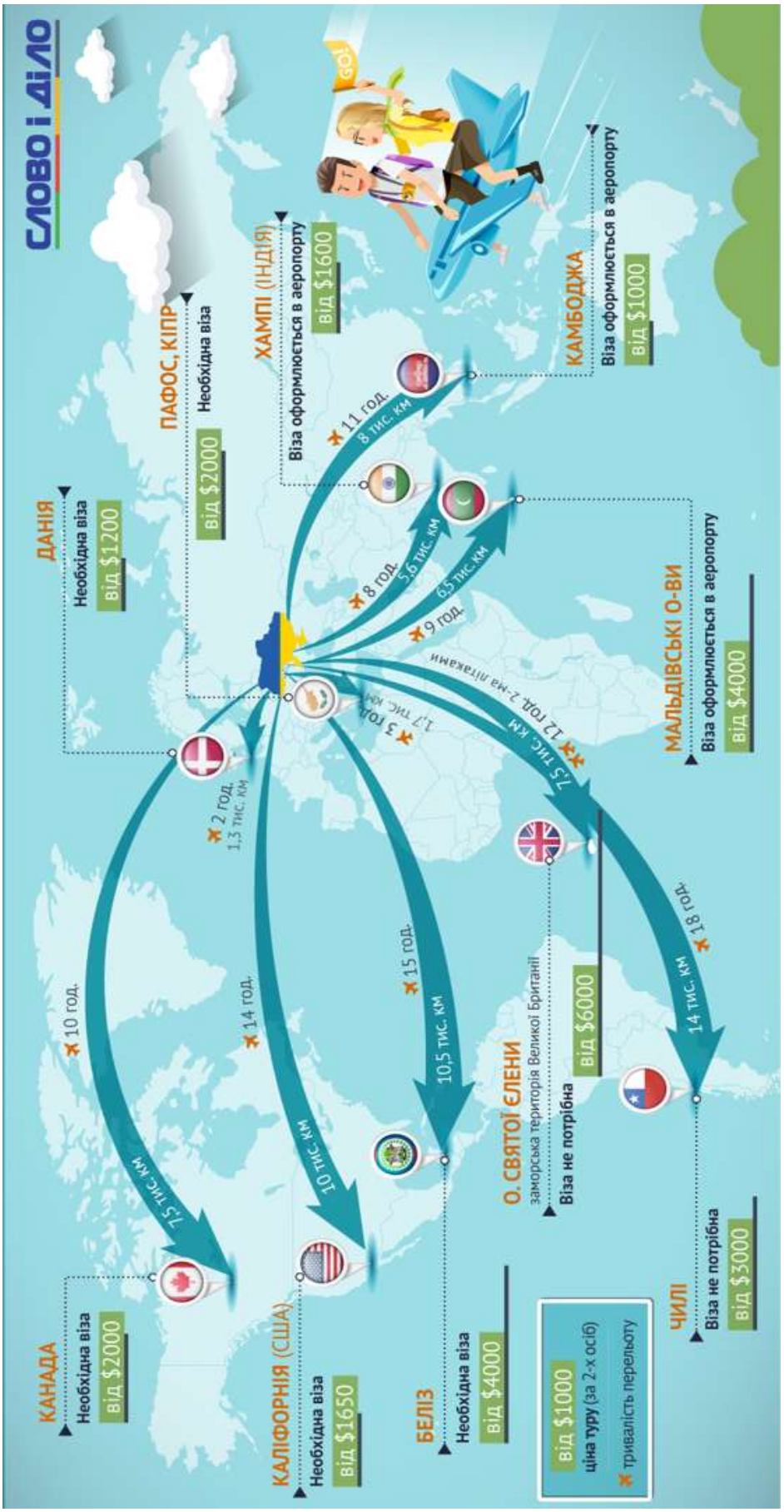


Рис. 1. Найкращі туристичні напрямки у 2022 р.