

податок на туризм, який мав би використовуватися для фінансування охорони культурної спадщини [1].

Таким чином, масовий туризм має як позитивний, так і негативний вплив для Італії, яка є популярною туристичною країною. Він допомагає економіці та прославляє культуру, але також загрожує ідентичності та спадщині. Щоб вирішити це, потрібно знайти баланс між збереженням та розвитком туризму. Для цього можна вжити різних заходів, таких як: обмеження, податки, заборони, підтримка та альтернативи.

Список використаних джерел:

1. Can Italy solve its tourist troubles? URL: <https://www.apollo-magazine.com/italian-museums-mass-tourism/>.
2. Italian Culture: Facts, customs & traditions. URL: <https://www.livescience.com/44376-italian-culture.html>.
3. Monthly tourism balance in Italy from January 2019 to May 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1155470/monthly-tourism-balance-in-italy/>.
4. Travel and tourism in Italy – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/9723/travel-and-tourism-in-italy/>.
5. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро, 2023. 206 с. URL: http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktyka.pdf.

Тюпа К. Н., канд. екон. наук Редько В. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Міжнародний туризм визнаний важливим напрямом співробітництва між країнами. Він виступає потужним джерелом надходжень до бюджету країни та є однією із складових формування її бренду на міжнародному ринку. Тому у розробці туристичної пропозиції мають бути враховані сучасні тенденції розвитку туризму, які визначаються ринком. Визначення та узагальнення таких тенденцій стало метою цієї роботи.

Варто відзначити, що розвиток міжнародного туризму зазнає впливу різних чинників, які внаслідок своєї потужності іноді можуть перетворюватися на тенденції. Найбільш впливовими, на наш погляд, є:

1. Економічне зростання країн і доходів населення. Підвищення рівня доходів у світі дозволяє більшій кількості людей витратити гроші на подорожі та відпочинок. З іншого боку зростання інфляції на багатьох ринках викликало уповільнення відновлення туристичної індустрії після пандемії. В той же час Euromonitor International було виявлено, що туристи були готові платити високі ціни, але цей фактор може стати стримуючим для міжнародних подорожей.

2. Комфортність подорожей. Зменшення бюрократичних перешкод, поліпшення транспортної інфраструктури та розвиток технологій роблять подорожі більш доступними та зручними.

3. Глобалізація і медіа. Глобалізація дозволяє людям більше дізнаватися про інші країни, культури та туристичні атракції через масові медіа та Інтернет.

4. Культурний обмін. Інтерес до вивчення інших культур і традицій призводить до зростання кількості подорожей для культурного обміну та освіти.

5. Стрес і втома. Висока швидкість життя і стресові умови спонукають людей до пошуку відпочинку та релаксації під час подорожей.

6. Мода та публічність. Популярність певних місць, регіонів або типів подорожей може зростати через відповідні модні тенденції та вплив соціальних мереж.

7. Стабільність та безпека. Країни зі стабільною політичною ситуацією та високим рівнем безпеки зазвичай приваблюють більше туристів.

8. Формування екологічної свідомості. Зростаючий інтерес до екологічного туризму та природних резерватів спонукає багатьох до пошуку подорожей в екзотичні та екологічно чисті місця.

9. Розвиток туристичної інфраструктури. Поліпшення сервісу, розвиток готельної бази, ресторанів та інших туристичних послуг збільшують привабливість країни для міжнародних туристів.

10. Реклама та маркетинг. Ефективна рекламна кампанія може значно підвищити свідомість про країну як туристичний напрямок і залучити більше відвідувачів.

Звісно, негативні наслідки COVID утворили кризу в галузі й спричинили збитки для суб'єктів туристичного бізнесу за рахунок обмежень пересування між країнами. Проте вже всі статистичні джерела інформацію пишуть про відновлення міжнародного туризму. Так, згідно з даними першого Всесвітнього

туристичного барометра 2024 р. показники міжнародного туризму на світовому рівні у 2023 р. становили 88% від рівня до пандемії, що склало 1,3 млрд. міжнародних прибуттів. Очікується, що вивільнення залишкового відкладеного попиту, збільшення повітряного сполучення та активніше відновлення азіатських ринків і напрямків стануть основою повного відновлення туризму до кінця 2024 р. [1].

За даними ForwardKeys у 2021-2022 рр. через постпандемічний сценарій мандрівники віддавали перевагу дестинаціям, які пропонували концепцію 3S: «сонце, море та пляж». Однак у 2023 р. були відмічені зміни цієї тенденції. Міські напрямки стають все більш популярними серед туристів. Темпи зростання урбаністичних туристських потоків становлять 52% порівняно із зростанням напрямків, що працюють за концепцією 3S на 26% [2].

За даними Visit World все частіше вибір подорожі відображає інтереси та переконання туриста [3]. Тому все частіше мандрівники почали поєднувати подорож і бізнес. Завдяки цьому в міжнародному туризмі з'явився такий термін як «bleisure» – бізнес плюс відпочинок: це можуть бути так звані «workations» (робочі відпустки) або «work from anywhere» (можливість працювати з де завгодно). Окрім того, експерти прогнозують зростання популярності туристичних маршрутів, метою яких є спорт, екотуризм та здоровий спосіб життя. Прикладами таких турів можуть бути йога-тури, фітнес-тури, походи та поєднання відпочинку із значною активністю. До цього виду мандрівок відносяться також оздоровлення, лікування, відвідування СПА-центрів та медичний туризм. Пляжний відпочинок, пригодницький і зелений туризм теж визнані одним із мейнстримів розвитку міжнародного туризму. Відвідування природних локацій продовжує зростати після пандемії. За прогнозами, на природний туризм та його різновиди припадало 57% подорожей у 2023 р. [3].

Результатом врахування сучасних світових тенденцій і впливів стало те, що туристичні оператори вивели на ринок продукти, які ґрунтуються на цінностях туристів та допомагають отримати унікальний досвід. Для стимулювання продажів суб'єкти туристичного ринку активно стали впроваджувати програми лояльності, дисконти, проводити акції, підвищувати рівень соціальної та екологічної відповідності свого бізнесу, розробляти та застосовувати інновації.

Список використаних джерел:

1. UN Tourism. World Tourism Barometer 2024.. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.
2. ForwardKeys. Глобальні тенденції подорожей 2023. URL: <http://surl.li/rujyp>.
3. Visit World. Trends in global tourism in 2023. URL: <https://visitworld.today/blog/1349/trends-in-global-tourism-in-2023>.

Цаценко Г. В., канд. екон. наук Редько В. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ МОРСЬКИХ КРУЇЗІВ

Круїзна індустрія є головним гравцем у світовій галузі туризму і її доходи продовжують зростати. У 2021 р. світовий ринок круїзів оцінювався в 7,25 млрд доларів США. До 2028 р. очікується його зростання на 11% [1], що робить актуальним вивчення основних тенденцій розвитку круїзного туризму. Під круїзом розуміють вид морської подорожі, що включає проживання та переміщення на спеціалізованому пасажирському судні, яке зазвичай пропонує різноманітні розваги, послуги та комфортні умови для пасажирів.

За даними CruiseBooking.com одним із найпопулярніших напрямків круїзів у 2023 р. стала Європа. Прогнозується, що ця тенденція продовжиться і в 2024 р. [2]. Окрім європейського напрямку (Норвегія, Греція, Ісландія), популярними залишаються Аляска, країни Близького Сходу (Єгипет, Ізраїль), Антарктида, а також Багамські острови, Австралія та Нова Зеландія, країни Карибського басейну та Південної Америки. Оскільки літні температури в Європі стрімко підвищуються, мандрівники прямують до більш прохолодних кліматичних умов у сонячну пору року. Дослідження показує збільшення попиту на круїзи в Арктику на 201% у 2023 р. порівняно з 2022 р., причому популярністю користуються Канада та Аляска [1].

Однією із важливих тенденцій є раннє бронювання. Відомо, що початок раннього бронювання круїзів починається за 18 місяців до дати відплиття, проте вже є випадки попереднього бронювання на 2026 р., що свідчить не тільки про зростання популярності круїзів, але й про ефективну цінову політику круїзних компаній і туристичних операторів.