



УДК 339.351.656

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ: ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ ТА РИЗИКИ

Ольга Яценко; Зденек Остіан

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Київ, Україна*

Резюме. Актуальність теми дослідження диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами зумовлена суттєвими змінами, що відбуваються в глобальній економіці, зокрема на ринку туризму, який є одним із найбільш динамічних секторів світової економіки. У сучасних умовах глобалізації та інтеграції національних ринків зростає потреба в нових підходах до розвитку туристичної індустрії, яка стає важливим чинником економічного зростання, створення робочих місць та стимулювання міжкультурного обміну. Розглянуто основні напрямки диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами в контексті глобалізаційних викликів та інноваційних тенденцій. Проаналізовано сучасні вектори розвитку туристичного ринку, зокрема впровадження цифрових технологій, зростання значущості екологічного туризму та активізацію сегменту внутрішнього туризму. Особливу увагу приділено ризикам, пов'язаним із нестабільністю економічних умов, впливом пандемічних криз та зміною споживчих пріоритетів. Запропоновано механізми адаптації туристичних підприємств до нових умов міжнародної конкуренції, а також окреслено перспективи подальшого розвитку інноваційних підходів у сфері туризму. Дослідження проведено на прикладі п'яти країн. Окрім подібного економічного контексту та географічних факторів, вибір Болгарії, Грузії, Польщі та Румунії зумовлений також їхніми стратегіями розвитку туристичної галузі в умовах глобальних змін та зростаючої конкуренції на міжнародному ринку. Кожна з цих країн пропонує унікальні підходи до диверсифікації туристичних послуг, що може бути корисним для порівняння з Україною в рамках аналізу ефективності впровадження інноваційних стратегій. Болгарія та Румунія активно використовують можливості європейських фондів для розвитку інфраструктури та просування туристичних послуг на міжнародному ринку, зокрема через упровадження цифрових технологій у туристичний сектор. Їхні стратегії спрямовані на збільшення туристичних потоків не лише з Європи, але й з інших регіонів світу, що є важливим для оцінювання потенційної диверсифікації туристичних послуг в Україні. Польща, у свою чергу, демонструє зразок успішної інтеграції історико-культурного туризму з сучасними формами активного відпочинку та конференц-туризму, що є цікавим з точки зору можливостей адаптації таких практик в українському контексті. Грузія вирізняється своїми інноваційними підходами до розвитку еко-туризму та гастрономічного туризму, що активно розвиваються як конкурентні напрямки на міжнародній арені.

Ключові слова: диверсифікація, міжнародна торгівля, туристичні послуги, інноваційні вектори, ризики, глобалізація, конкурентоспроможність, сталий розвиток, економічні виклики, стратегічне управління.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.06.192

Отримано 22.10.2024

UDC 339.351.656

DIVERSIFICATION OF INTERNATIONAL TRADE IN TOURIST SERVICES: INNOVATION VECTORS AND RISKS

Olha Yatsenko; Zdenek Ostian

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine

Summary. The relevance of the study of the diversification of international trade in tourism services is due to the significant changes taking place in the global economy, in particular in the tourism market, which is

one of the most dynamic sectors of the world economy. In the current context of globalization and integration of national markets, there is a growing need for new approaches to the development of the tourism industry, which is becoming an important factor in economic growth, job creation and stimulation of intercultural exchange. The article examines the main directions of diversification of international trade in tourism services in the context of globalization challenges and innovative trends. The article analyses the current vectors of development of the tourism market, in particular, the introduction of digital technologies, the growing importance of ecological tourism and the intensification of the domestic tourism segment. Particular attention is paid to the risks associated with the instability of economic conditions, the impact of pandemic crises and changes in consumer priorities. Mechanisms for adaptation of tourism enterprises to the new conditions of international competition are proposed, and prospects for further development of innovative approaches in the field of tourism are outlined. The study is based in five countries. In addition to similar economic contexts and geographical factors, the choice of Bulgaria, Georgia, Poland and Romania is also due to their strategies for developing the tourism industry in the face of global changes and growing competition in the international market. Each of these countries offers unique approaches to diversifying tourism services, which can be useful for comparison with Ukraine in analyzing the innovative strategies' effectiveness. Bulgaria and Romania are actively using European funds to develop infrastructure and promote tourism services on the international market, in particular through the introduction of digital technologies in the tourism sector. Their strategies are aimed at increasing tourist flows not only from Europe but also from other regions of the world, which is important for assessing the potential diversification of tourism services in Ukraine. Poland, in turn, demonstrates a model of successful integration of historical and cultural tourism with modern forms of active recreation and conference tourism, which is interesting in terms of the possibilities of adapting such practices in the Ukrainian context. Georgia is distinguished by its innovative approaches to the development of eco-tourism and gastronomic tourism, which are actively developing as competitive areas of international tourism.

Key words: diversification, international trade, tourism services, innovative vectors, risks, globalization, competitiveness, sustainable development, economic challenges, strategic management.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.06.192

Received 22.10.2024

Постановка проблеми. Сучасна міжнародна торгівля туристичними послугами є важливою складовою глобальної економіки, що динамічно розвивається в умовах інтеграційних процесів та посилення конкурентної боротьби. Туризм відіграє значну роль у формуванні економічної стабільності багатьох країн, зокрема завдяки створенню нових робочих місць, збільшенню валютних надходжень та стимулюванню розвитку інших галузей економіки. Однак поряд з цими позитивними аспектами, міжнародна торгівля туристичними послугами стикається з низкою викликів, що зумовлюють необхідність пошуку інноваційних шляхів диверсифікації.

Інноваційні вектори розвитку міжнародного туристичного ринку, зокрема цифровізація послуг, застосування нових маркетингових стратегій та впровадження екологічних стандартів відкривають широкі можливості для розширення спектра пропонованих туристичних продуктів. Проте ці нововведення супроводжуються певними ризиками, серед яких економічна нестабільність, зміни в регуляторних вимогах та глобальні екологічні виклики. Отже, аналіз інноваційних векторів та пов'язаних з ними ризиків є актуальним для формування ефективної стратегії диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами.

Дослідження спрямоване на визначення ключових векторів інноваційного розвитку у сфері міжнародної торгівлі туристичними послугами та оцінювання їх впливу на конкурентоспроможність ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових джерел базується на сучасних дослідженнях, що охоплюють інноваційні підходи до розвитку туризму та його вплив на міжнародну економіку. Alfaro Navarro J.-L., Andres Martinez M.-E., Mondejar Jimenez J.-A. (2020) аналізують стійкий туризм на локальному рівні в Європі, що є важливим для диверсифікації туристичних послуг через інтеграцію екологічних та соціальних аспектів. Вони наголошують на важливості збереження місцевих ресурсів при формуванні стійких туристичних напрямків, що знижує ризики перенасичення ринку та сприяє зростанню інновацій у туристичному секторі [1]. Apriyanti M.,

Sumaryoto M. (2024) підкреслюють значення туристичної інфраструктури для стимулювання внутрішнього та міжнародного туризму. Розбудова інфраструктури є однією з ключових інноваційних векторів для диверсифікації туристичних послуг, оскільки інфраструктурні інвестиції підвищують доступність і привабливість туристичних об'єктів, але також збільшують ризики фінансових втрат у разі неправильного оцінювання попиту [2]. Arafat W., Bing Z. Y., Al-Mutawakel O. (2018) фокусуються на інфраструктурному розвитку та економічному зростанні в Об'єднаних Арабських Еміратах, що є важливим прикладом диверсифікації економіки через туризм. Дослідження демонструє, як інвестиції в інфраструктуру можуть сприяти зростанню туризму та водночас створювати ризики перенасичення ринку й залежності від міжнародних подорожей [3]. Ardelean, Simona & Badulescu, Alina (2023) досліджують культурний та спадковий туризм в Румунії, що підкреслює можливість інноваційної диверсифікації туристичних послуг через використання культурних та історичних активів. Однак такі підходи також містять ризики збереження культурної спадщини, якщо туризм не збалансований з охороною пам'яток [4].

Atamanchuk Z. (2020) розглядає глобальні тренди розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг, акцентуючи на змінах у поведінці споживачів та впливі інноваційних технологій. Це дослідження є важливим для розуміння, як інновації в цифрових послугах та автоматизація можуть сприяти диверсифікації туристичних послуг. Водночас виникають питання щодо регулювання та ризиків приватності [5]. Azmaiparashvili Maia, Goderdzishvili Ia. (2024) аналізують державну політику Грузії у сфері стимулювання туризму, що може слугувати прикладом для інших країн щодо використання інноваційних державних ініціатив. Водночас політика урядів може створювати ризики нерівномірного розвитку різних сегментів туризму через бюрократичні обмеження [6]. Dmytryshyn L., Zvarych O. (2018) досліджують інновації як пріоритетний фактор регіонального економічного розвитку. Це підкреслює роль інноваційних технологій у диверсифікації туристичних послуг, які можуть сприяти економічному розвитку регіонів, однак наражаються на ризики технічних збоїв і нестабільності [7]. Fisun I., et al. (2022) моделюють стратегії розвитку туристичних компаній, враховуючи зовнішні та внутрішні фактори впливу. Вони наголошують на необхідності адаптації до змінних умов ринку, що є важливим для зниження ризиків та забезпечення стійкого зростання [8].

Rangel Don et al. (2024) оцінюють привабливість Польщі як кулінарного туристичного напрямку, що представляє інноваційну стратегію диверсифікації туристичних послуг. Проте кулінарний туризм може нести ризики у вигляді конкурентного тиску та сезонності [9]. Salman Yaron (2024) аналізує процеси нормалізації стосунків між Ізраїлем, Марокко та ОАЕ, які створюють нові можливості для диверсифікації туристичних послуг у регіоні. Водночас ці процеси несуть політичні ризики, що можуть вплинути на стійкість туристичних потоків [10]. Solunoğlu Ali, Örgün, Emrah (2024) розглядають роль гастрономічних фестивалів у розвитку подієвого туризму. Це є важливим елементом диверсифікації, але також містить ризики, пов'язані з нестабільністю попиту та можливістю зниження інтересу до окремих подій [11].

Таким чином, аналіз наукових джерел показує, що інноваційні вектори диверсифікації туристичних послуг включають розвиток інфраструктури, використання культурної спадщини, подієвий туризм та впровадження цифрових технологій. Проте такі підходи супроводжуються значними ризиками, зокрема фінансовими, політичними та екологічними.

Мета дослідження є аналіз інноваційних підходів до диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами та вивчення потенційних ризиків, що супроводжують ці процеси.

Постановка завдання. Завданням є ідентифікація основних ризиків, пов'язаних з упровадженням інновацій та розроблення рекомендацій щодо мінімізації їх впливу на стабільність і розвиток міжнародної туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Диверсифікація у міжнародній торгівлі туристичними послугами є ключовою стратегією, спрямованою на розширення спектра послуг, які пропонують туристичні підприємства на глобальному ринку. Це дозволяє знизити залежність від окремих ринків чи продуктів і забезпечити стабільне зростання, незважаючи на зовнішні зміни. Основною метою диверсифікації є мінімізація ризиків через розподіл ресурсів та інвестицій у нові напрямки туристичних послуг, що дозволяє підприємствам адаптуватися до постійно змінних умов міжнародної торгівлі. Сутність диверсифікації полягає в створенні нових туристичних продуктів або залученні нових сегментів ринку, що розширює можливості для залучення різних категорій споживачів [1; 4; 5].

Принципи диверсифікації в міжнародній торгівлі туристичними послугами ґрунтуються на інноваціях, гнучкості та адаптивності до різних ринкових умов. Одним із головних принципів є диверсифікація напрямків та видів туристичних послуг, що включає розвиток нових видів туризму (зокрема, медичного, екологічного або культурного туризму). Моделі диверсифікації, такі, як горизонтальна (розширення асортименту туристичних продуктів) і вертикальна (залучення нових етапів виробництва або надання послуг), дозволяють підприємствам ефективно розширювати свою присутність на різних ринках. Одним із відомих прикладів успішної диверсифікації у сфері туризму є розвиток туристичної індустрії в ОАЕ [3]. Спочатку країна була відома своїми природними ресурсами, зокрема нафтою, проте влада країни активно інвестує у розвиток туристичного сектора, що дозволило перетворити Дубай на один із світових центрів туризму. Останній з інвестиційних проєктів, започаткований на березі Червоного моря, посилить позиції ОАЕ на міжнародному туристичному ринку, але його реалізація також пов'язана з певними ризиками, про які згадується у вітчизняних дослідженнях [17, с. 109]. Ще одним прикладом є Туреччина, яка зуміла диверсифікувати свої туристичні послуги, орієнтуючись не лише на пляжний відпочинок, а й на культурний, медичний та спортивний туризм [11]. Зазначені приклади свідчать про важливість інноваційного підходу та стратегічного планування у процесі диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами.

Сучасний розвиток міжнародної торгівлі туристичними послугами характеризується швидкими змінами, які зумовлені технологічними інноваціями, змінами попиту та глобальними економічними процесами. Інноваційні вектори розвитку туристичної індустрії спрямовані на підвищення конкурентоспроможності компаній, залучення нових ринків і підвищення якості послуг.

Одним із ключових факторів, що стимулюють розвиток, є технологічні інновації. Використання штучного інтелекту, віртуальної реальності та автоматизації значно трансформує сектор. Зокрема, системи онлайн-бронювання та цифрові платформи полегшують процес вибору та замовлення туристичних продуктів, водночас смарт-технології в готелях створюють зручніші та індивідуалізовані умови для туристів. Ці зміни сприяють покращенню взаємодії клієнтів із постачальниками послуг та збільшенню швидкості й точності обслуговування [6; 8; 10].

Ще одним важливим напрямом розвитку є нішеві ринки, такі, як екологічний, медичний, гастрономічний та спортивний туризм. Відвідувачі все більше звертають увагу на спеціалізовані види відпочинку, які пропонують унікальний досвід і дозволяють поєднувати подорожі з особистими інтересами або потребами. Розвиток таких ніш не лише розширює спектр туристичних послуг, а й залучає нові категорії клієнтів [7; 11].

Глобалізація суттєво впливає на туристичний сектор через процеси інтеграції. Лібералізація міжнародної торгівлі, покращення транспортної логістики та створення

міжнародних альянсів сприяють диверсифікації туризму та збільшенню його доступності для широкого кола споживачів. Ці процеси відкривають нові ринки для туристичних компаній, одночасно посилюючи конкуренцію на глобальному рівні. Окрім технологічних та економічних аспектів, важливу роль відіграють культурні інновації. Сучасні туристичні продукти все частіше інтегрують елементи локальних культур, історичної спадщини та етнічних особливостей. Дана інтеграція дозволяє створювати унікальні пропозиції, які приваблюють туристів, що прагнуть глибшого занурення в культуру країн, які вони відвідують [2; 5; 9].

Однак разом із можливостями, інноваційні вектори розвитку туристичної індустрії також пов'язані з певними ризиками. Швидкі технологічні зміни можуть вимагати від компаній значних інвестицій в адаптацію, а глобалізація посилює конкуренцію на ринку. Крім того, спеціалізовані ніші можуть бути залежними від сезонності або економічних коливань у регіонах. Таким чином, інновації в міжнародній торгівлі туристичними послугами відкривають нові горизонти для розвитку, але водночас вимагають від компаній готовності адаптуватися до швидких змін і працювати в умовах посиленої конкуренції. В таблиці 1 проаналізовано інноваційні вектори розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами.

Таблиця 1. Інноваційні вектори розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами

<i>Інноваційний вектор</i>	<i>Суть</i>	<i>Приклади застосування</i>	<i>Ризики</i>
Цифровізація туристичних послуг	Використання цифрових платформ для бронювання, планування подорожей та обслуговування клієнтів	Онлайн-бронювання (Booking, Airbnb), мобільні додатки для подорожей (TripAdvisor)	Кіберзагрози, витік персональних даних
Розвиток віртуального туризму	Упровадження VR та AR технологій для віртуальних екскурсій та віртуальних подорожей	Віртуальні тури музеями, визначними місцями (Louvre VR, Google Earth Tours)	Втрата фізичного попиту на туристичні послуги, зниження потреби в традиційних турагентствах
Екологічний та стійкий туризм	Упровадження практик еко-туризму з мінімальним впливом на довкілля	Екологічні тури, подорожі з низьким рівнем викидів (еко-туристичні маршрути)	Високі витрати на упровадження, обмежений ринок споживачів
Персоналізація туристичних послуг	Використання технологій штучного інтелекту для створення індивідуальних пропозицій для туристів	Індивідуальні пропозиції на основі аналізу попередніх подорожей (інтелектуальні системи)	Надмірна залежність від алгоритмів, можливість втрати особистого контакту
Розвиток співпраці з місцевими громадами	Створення партнерств між міжнародними туристичними операторами та місцевими громадами для розвитку туризму	Організація локальних турів з участю місцевих мешканців, підтримка малого бізнесу	Непорозуміння між міжнародними компаніями та місцевими громадами, культурні конфлікти
Диверсифікація туристичних продуктів	Розширення спектра туристичних послуг для задоволення різних категорій туристів	Включення спортивного туризму, гастрономічного, медичного та освітнього туризму в пакети	Ризик недостатнього попиту на специфічні види туризму

Джерело: власна розробка автора.

В таблиці 1 описано основні напрямки інноваційного розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами з відповідними прикладами та ризиками, що супроводжують їх упровадження. В сучасних умовах глобалізації та швидких змін у світовій економіці разом із новими можливостями процес диверсифікації туристичних послуг також супроводжується певними ризиками.

Висока волатильність валютних курсів та економічні кризи можуть значно впливати на попит туристичних послуг. У періоди фінансової нестабільності, зокрема падіння купівельної спроможності населення негативно позначається на туристичних

потоках. Крім того, міжнародні санкції або обмеження доступу до фінансових ресурсів можуть стати перешкодою для розвитку туристичної галузі. Геополітична напруженість та внутрішні конфлікти в окремих країнах здатні значно знижувати привабливість певних туристичних напрямків. Крім того, державні регулювання, зміни в законодавстві щодо візового режиму або митних правил можуть суттєво ускладнити міжнародну торгівлю туристичними послугами. Демографічні зміни, такі, як старіння населення у розвинених країнах, можуть змінювати структуру попиту на туристичні послуги. Пандемії мають потенціал призводити до тривалого скорочення туристичних потоків через обмеження пересування та соціальну дистанцію [1; 5; 6; 9; 11].

Масовий туризм часто має негативний вплив на навколишнє середовище, включаючи деградацію природних ресурсів, забруднення та знищення екосистем. Крім того, зміни клімату можуть впливати на сезонність та доступність туристичних місць. Швидкий розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для туристичної індустрії, проте зростають загрози кібербезпеки. Хакерські атаки, витоки даних або технологічні збої можуть не тільки вплинути на операційні процеси, а й підірвати довіру споживачів до компаній, які надають туристичні послуги. Таким чином, диверсифікація міжнародної торгівлі туристичними послугами, хоч і є перспективним напрямком розвитку, вимагає комплексного підходу до управління ризиками, що виникають у даному процесі [3; 6; 8; 12–15].

В таблиці 2 відображено можливості мінімізації ризиків у міжнародній торгівлі туристичними послугами з акцентом на стратегії управління ризиками та інноваційні підходи до розвитку стійкого туризму.

Таблиця 2. Можливості мінімізації ризиків у міжнародній торгівлі туристичними послугами

Напрямок	Можливості мінімізації ризиків
Стратегії управління ризиками	1. Диверсифікація ринків. Розширення географії послуг для зменшення залежності від окремих ринків
	2. Страхування ризиків. Упровадження політик страхування, які покривають фінансові втрати через непередбачувані обставини
	3. Моніторинг та аналіз ринку. Постійний аналіз тенденцій та змін на ринку для швидкого реагування на негативні впливи
	4. Співпраця з місцевими партнерами. Налагодження партнерств з місцевими компаніями для зменшення операційних ризиків
	5. Адаптація до регуляторних змін. Гнучкість у зміні бізнес-моделей відповідно до нових вимог законодавства та норм
	6. Упровадження технологій. Використання сучасних технологій для автоматизації процесів та підвищення ефективності управління ризиками
Інноваційні підходи до розвитку стійкого туризму	1. Екологічний туризм. Розроблення програм, які підтримують збереження довкілля та сприяють сталому розвитку регіонів
	2. Соціальна відповідальність. Упровадження практик, що враховують соціальні аспекти, такі, як підтримання місцевих громад і культур
	3. Використання цифрових технологій. Упровадження онлайн-платформ для бронювання, які забезпечують безпечні та зручні послуги для клієнтів
	4. Розвиток інфраструктури. Інвестування в екологічно чисті технології та інфраструктуру, що відповідає стандартам сталого розвитку
	5. Навчання та підвищення кваліфікації. Проведення тренінгів для персоналу щодо стійких практик у туристичній сфері
	6. Створення мережі партнерів. Співпраця з іншими підприємствами, які поділяють цінності стійкого розвитку, для обміну ресурсами та знаннями

Джерело: власна розробка автора.

В таблиці 2 наголошено на важливості різноманітних стратегій та інноваційних підходів для мінімізації ризиків у міжнародній торгівлі туристичними послугами, враховуючи різні економічні, соціальні та екологічні чинники.

Для детальнішого розкриття теми дослідження та порівняння з Україною обрано країни: Болгарію, Грузію, Польщу та Румунію. Саме ці країни визначені з кількох причин, що зумовлені специфікою їхніх економічних та туристичних ринків. Перш за все, усі чотири країни мають подібні історико-економічні контексти, оскільки їхні економіки, як і в Україні, пройшли через етапи переходу від планової до ринкової моделі, що створює базу для порівняння. Ці країни також мають схожий рівень економічного розвитку та інтеграцію в міжнародні торговельні та туристичні потоки, що дозволяє об'єктивніше оцінити їхні інноваційні практики та ризики.

Крім того, Болгарія, Польща та Румунія є членами Європейського Союзу, що забезпечує доступ до спільного ринку і створює додаткові можливості для диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами. Грузія хоч і не є членом ЄС, проте активно розвиває свої економічні зв'язки з Європою, що дозволяє враховувати інноваційні підходи країни до розвитку туристичних послуг. Польща є важливим транзитним центром між Західною та Східною Європою, а Грузія – перспективним туристичним напрямком на перехресті Європи та Азії. Усі ці країни, як і Україна, розвивають різноманітні форми туризму, від культурно-історичного до еко-туризму, що дозволяє глибше аналізувати питання диверсифікації туристичних послуг. Таким чином, вибір цих країн обґрунтований як спільними викликами, так і потенційними можливостями у сфері інноваційного розвитку туристичних послуг і мінімізації ризиків у контексті міжнародної торгівлі.

В табл. 3 проаналізовано середньорічні показники міжнародного туризму та туристичних послуг у вибраних для дослідження країнах за період 2004–2023 років. Також наведено ключові параметри, які характеризують витрати на міжнародний туризм як частку загального імпорту, кількість прибуттів і виїздів туристів, а також надходження від туризму як частку загального експорту. Представлено частки туристичних послуг у структурі експорту та імпорту комерційних послуг. Надана інформація дозволяє оцінити роль туризму в економіках досліджуваних країн і регіонів, а також порівняти туристичну активність і значущість туристичних послуг на міжнародному рівні.

Таблиця 3. Показники міжнародного туризму і туристичних послуг у досліджуваних країнах, у середньому за 2004–2023 роки

Країна	Міжнародний туризм, витрати (% від загального імпорту)	Міжнародний туризм, кількість прибуттів	Міжнародний туризм, кількість виїздів	Міжнародний туризм, надходження (% від загального експорту)	Туристичні послуги (% від експорту комерційних послуг)	Туристичні послуги (% від імпорту комерційних послуг)
1	2	3	4	5	6	7
Болгарія	5,55	8932941,18	4752235,29	13,63	43,21	28,72
Грузія	6,45	3419705,88	2452625,00	23,62	52,20	20,48
Польща	4,11	70040062,50	44802312,50	5,49	24,65	25,70
Україна	7,97	19149529,41	21470428,57	5,91	17,03	45,25
Румунія	3,48	8363529,41	12838823,53	3,61	10,95	21,72
Європейський Союз	5,71	782131022,24	378691505,30	5,74	20,51	21,12

Закінчення таблиці 3

1	2	3	4	5	6	7
Зона євро	5,82	535909955,54	271592057,48	5,79	20,39	21,12
Країни з високим доходом	5,83	1231209639,42	847385985,60	5,97	20,72	22,18
Країни з низьким доходом	4,45	11573097,81	-	12,63	39,76	13,11
Країни з доходом нижче середнього	5,23	134343477,04	502237993,31	8,33	24,97	19,66
Країни з середнім доходом	4,74	594054196,85	332901862,41	7,74	30,56	26,79
Країни з доходом вище середнього	4,69	450924338,55	1591182653,6	6,54	31,55	28,68
Світ	5,68	1899776180,57	-	6,41	23,82	23,46

Джерело: розрахунки автора за даними Світового банку [16].

Аналіз основних показників таблиці 3 демонструє значні відмінності між країнами за такими ключовими параметрами, як витрати на міжнародний туризм, кількість прибуттів і виїздів, надходження від міжнародного туризму та частка туристичних послуг у структурі експорту та імпорту комерційних послуг. Грузія виділяється високим рівнем надходжень від міжнародного туризму (23,62% від загального експорту) та значною часткою туристичних послуг в експорті комерційних послуг (52,20%), що свідчить про суттєву залежність економіки країни від цього сектора. У той час, як Україна демонструє високі показники виїзного туризму (понад 21 мільйон виїздів), частка туристичних послуг в імпорті комерційних послуг (45,25%) є однією з найвищих серед країн, що аналізуються. Це свідчить про високий попит на іноземні туристичні продукти. Країни з високим та середнім рівнями доходу мають суттєві обсяги прибуттів і виїздів туристів, однак їхні витрати на міжнародний туризм та надходження від нього є меншими у відсотковому вираженні порівняно з країнами з низьким та нижче середнього рівнями доходу. Це підтверджує тенденцію до більшого впливу туризму на економіки країн із нижчим рівнем доходу, де туризм виступає важливим джерелом доходів та створює нові можливості для розвитку.

Загалом міжнародний туризм і туристичні послуги є важливим елементом світової економіки, зокрема для країн із низьким та середнім рівнями доходу, де цей сектор забезпечує значну частку надходжень від експорту. Водночас країни з високим рівнем доходу характеризуються значним обсягом як в'їзного, так і виїзного туризму, що відображає розвинену інфраструктуру та спроможність населення до активної участі у міжнародних туристичних потоках.

Після детального аналізу даних, представлених у таблиці 3, стає очевидним, що адаптація туристичних підприємств до нових умов міжнародної конкуренції вимагає комплексного підходу. Як свідчить аналіз, одним із ключових факторів успіху є гнучкість і здатність до інновацій. Актуальні зміни на ринку туризму, зумовлені глобалізацією та цифровою трансформацією, висувають нові вимоги до підприємств цієї галузі. На рис. 1 представлено механізми адаптації туристичних підприємств до нових умов міжнародної конкуренції.

З огляду на виявлені тенденції можна стверджувати, що механізми адаптації туристичних підприємств до нових умов міжнародної конкуренції повинні охоплювати кілька аспектів: упровадження нових технологій, оптимізацію внутрішніх процесів, підвищення якості обслуговування та розвиток персоналу. Зазначені чинники сприятимуть не лише виживанню підприємств в умовах посиленої конкуренції, але й забезпечать їм стійкі конкурентні переваги. Значну роль у даному процесі відіграє інноваційна діяльність. Розвиток інноваційних підходів у сфері туризму, зокрема використання цифрових платформ, індивідуалізованих пропозицій для клієнтів та автоматизації обслуговування, сприяє створенню унікального досвіду для споживачів і

зміцненню конкурентних позицій. Отже, адаптація туристичних підприємств до нових умов конкуренції на міжнародному рівні нерозривно пов'язана з розвитком інноваційних підходів, що потребує не лише інвестування в нові технології, але й формування культури постійного вдосконалення та готовності до змін.

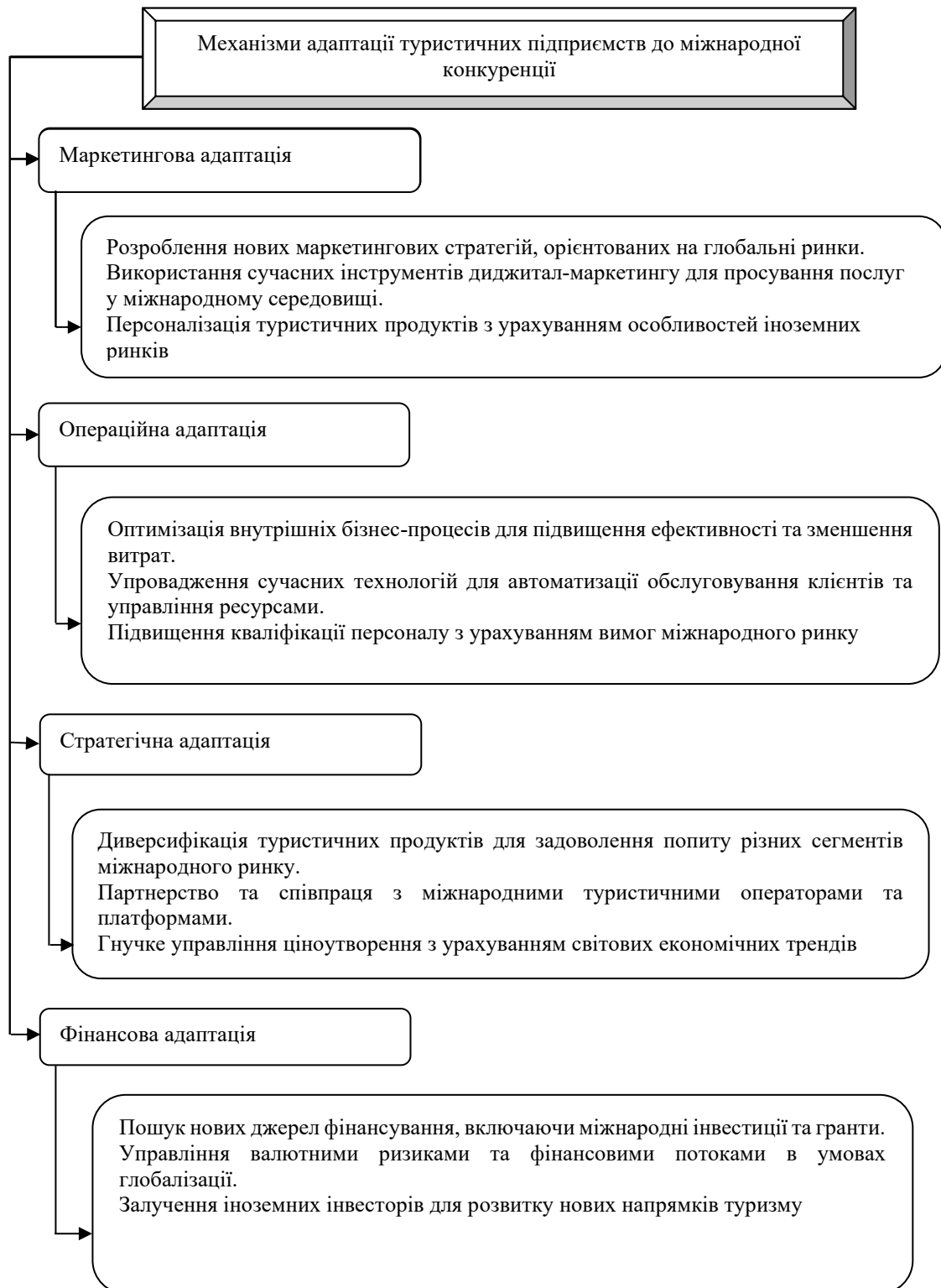


Рисунок 1. Механізми адаптації туристичних підприємств до міжнародної конкуренції

Джерело: власна розробка автора.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Диверсифікація міжнародної торгівлі туристичними послугами є ключовим фактором для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності туристичної індустрії в умовах глобалізації. В умовах швидких змін на ринку та підвищення вимог споживачів інноваційні вектори стають необхідністю для розвитку нових продуктів і послуг, що задовольняють потреби різних сегментів клієнтів. Серед важливих напрямків диверсифікації можна виділити впровадження нових технологій, таких, як віртуальна реальність і штучний інтелект, що значно підвищує рівень обслуговування та збагачує досвід туристів. Водночас разом з новими можливостями виникають і численні ризики, які потребують уваги. Зокрема зміни в міжнародних відносинах, економічні коливання та екологічні виклики можуть негативно вплинути на стабільність туристичних потоків. Тому важливо проводити комплексний аналіз ризиків та розробляти стратегії управління, які б включали в себе моніторинг тенденцій ринку, адаптацію продуктів до нових умов та активну комунікацію з клієнтами.

Також диверсифікація туристичних послуг повинна враховувати культурні особливості та уподобання різних країн, що дозволить забезпечити індивідуалізований підхід до кожного клієнта. У цьому контексті важливо також співпрацювати з місцевими підприємцями та організаціями для створення унікальних туристичних продуктів, що спонукатимуть до розвитку внутрішнього туризму та збереження культурної спадщини. Отже, диверсифікація міжнародної торгівлі туристичними послугами є складним, але необхідним процесом, що відкриває нові горизонти для розвитку індустрії. Лише за умови комплексного підходу до інновацій та ризиків туристична сфера зможе адаптуватися до швидко змінюваного глобального середовища і задовольнити зростаючі вимоги сучасних туристів. Напрямок подальших досліджень стане вивчення регіональних особливостей ринків і факторів, що сприяють або стримують диверсифікацію туристичних послуг.

Conclusions. Diversification of international trade in tourism services is a key factor in ensuring the sustainability and competitiveness of the tourism industry in the context of globalization. In the face of rapid changes in the market and rising consumer demands, innovative vectors are becoming a necessity for the development of new products and services that meet the needs of different customer segments. Among the important areas of diversification is the introduction of new technologies, such as virtual reality and artificial intelligence, which significantly improve the level of service and enrich the experience of tourists. However, along with new opportunities come numerous risks that require attention. In particular, changes in international relations, economic fluctuations, and environmental challenges can negatively affect the stability of tourist flows. Therefore, it is important to conduct a comprehensive risk analysis and develop management strategies that include monitoring market trends, adapting products to new conditions, and actively communicating with customers.

In addition, the diversification of tourism services should take into account the cultural characteristics and preferences of different countries, which will ensure an individualized approach to each client. In this context, it is also important to cooperate with local entrepreneurs and organizations to create unique tourism products that will encourage the development of domestic tourism and preserve cultural heritage. Thus, the diversification of international trade in tourism services is a complex but necessary process that opens up new horizons for the industry. Only with a comprehensive approach to innovation and risk will the tourism sector be able to adapt to the rapidly changing global environment and meet the growing demands of modern tourists. The direction of further research will be to study the regional characteristics of markets and the factors that facilitate or hinder the diversification of tourism services.

Список використаних джерел

1. Alfaro Navarro J.-L., Andres Martinez M.-E., Mondejar Jimenez J.-A. An approach to measuring sustainable tourism at the local level in Europe. *Current Issues in Tourism*. 2020. Vol. 23. No. 4. P. 423–437. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1579174>
2. Apriyanti M., Sumaryoto M. The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing Domestic and International Tourism. *International Journal of Research in Vocational Studies (IRVOCAS)*. 2024. Vol. 3. P. 113–122. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1579174>
3. Arafat W., Bing Z. Y., Al-Mutawakel O. Infrastructure Developing and Economic Growth in United Arab Emirates. *Business and Economic Research*. 2018. Vol. 8. No. 1. P. 95–114. DOI: <https://doi.org/10.5296/ber.v8i1.12355>
4. Ardelean S., Badulescu A. Romania as a destination for cultural and heritage tourism. *The annals of the University of Oradea. Economic sciences*. 2023. Vol. 32. P. 43–57. DOI: [https://doi.org/10.47535/1991AUOES32\(1\)003](https://doi.org/10.47535/1991AUOES32(1)003)
5. Atamanchuk Z. Global Trends of the International Tourism Development in the Structure of the World Market of Services. *Business Inform*. 2020. Vol. 4. P. 21–27. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-21-27>
6. Azmaiparashvili M., Goderdzishvili I. The main aspects of the state policy of promoting tourism activities in Georgia. *InterConf*. 2024. P. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.04.2024.001>
7. Dmytryshyn L., Zvarych O. Innovations as a priority factor of the regional economic development. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 2. P. 70–77. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-70-77>
8. Fisun I., Kucher M., Stebliuk N., Saihak Y., Prokopenko O. Modeling development strategy of tourism companies under the influence of external and internal environment: Evidence from Ukraine. *Tourism and Travelling*. 2022. Vol. 4. No. 1. P. 1–15. DOI: [https://doi.org/10.21511/tt.4\(1\).2022.01](https://doi.org/10.21511/tt.4(1).2022.01)
9. Rangel D., Mikołajczyk J., Romanowski R. The attractiveness of Poland as a culinary tourism destination. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*. 2024. P. 421–442. DOI: <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2024.193.24>
10. Salman Y. Tourism and Israel– Arab Normalization Processes: The Case of Israel, Morocco, and the UAE. *Contemporary Review of the Middle East*. 2024. P. 11. DOI: <https://doi.org/10.1177/23477989241258831>
11. Solunoğlu A., Örgün E. Gastronomy festivals in the development of event tourism and the current situation in Turkey. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2024. Vol. 16. P. 464–473. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2024-0136>
12. Shlapak A., Yatsenko O., Ivashchenko O., Zarytska N., Osadchuk V. Digital transformation of international trade in the context of global competition: technological innovations and investment priorities. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. Vol. 6. No. 53. P. 334–347. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4241>
13. Mozgovyy O., Rudenko-Sudarieva L., Shevchenko Y., Yatsenko O., Zhou W. Factors for choosing of investment models by asian companies in the implementation area of global business initiatives. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. Vol. 2. No. 49. P. 149–162. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.49.2023.4000>
14. Bazaluk O. et al. International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management* 2022. Vol. 23. No. 2, P. 382–398. DOI: <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
15. Reznikova N., Bulatova O., Yatsenko O., & Ivashchenko O. Fiscal instruments of regulatory competition in the face of challenges to macroeconomic stability during a pandemic Covid-19. *Economics of Development*. 2022. Vol. 21. No. 2. P. 35–41. DOI: [https://doi.org/10.57111/econ.21\(2\).2022.35-41](https://doi.org/10.57111/econ.21(2).2022.35-41)
16. World Development Indicators 2024. URL: <https://data.worldbank.org> (дата звернення: 07.11.2024).
17. Obolenska T., Yatsenko O., Lyskova L., Ostian Z. Features of the development of international trade in tourist services. *Economics Ecology Socium*. 2024. Vol. 8. P. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>

References

1. Alfaro Navarro J.-L., Andres Martinez M.-E., Mondejar Jimenez J.-A. (2020) An approach to measuring sustainable tourism at the local level in Europe. *Current Issues in Tourism*, vol. 23, no. 4. pp. 423–437. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1579174>
2. Apriyanti M., Sumaryoto M. (2024) The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing Domestic and International Tourism. *International Journal of Research in Vocational Studies (IRVOCAS)*, vol. 23, no. 4, pp. 423–437. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1579174>
3. Arafat W., Bing Z. Y., Al-Mutawakel O. (2018) Infrastructure Developing and Economic Growth in United Arab Emirates. *Business and Economic Research*, vol. 8, no. 1. pp. 95–114. DOI: <https://doi.org/10.5296/ber.v8i1.12355>
4. Ardelean S., Badulescu A. (2023) Romania as a destination for cultural and heritage tourism. *The annals of the University of Oradea. Economic sciences*, vol. 32, pp. 43–57. DOI: [https://doi.org/10.47535/1991AUOES32\(1\)003](https://doi.org/10.47535/1991AUOES32(1)003)

5. Atamanchuk Z. (2020) Global Trends of the International Tourism Development in the Structure of the World Market of Services. *Business Inform*, vol. 4, pp. 21–27. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-21-27>
6. Azmaiparashvili M., Goderdzishvili I. (2024) The main aspects of the state policy of promoting tourism activities in Georgia. *InterConf*, pp. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.04.2024.001>
7. Dmytryshyn L., & Zvarych O. (2018) Innovations as a priority factor of the regional economic development. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 4, no. 2, pp. 70–77. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-70-77>
8. Fisun I., Kucher M., Stebliuk N., Saihak Y., Prokopenko O. (2022) Modeling development strategy of tourism companies under the influence of external and internal environment: Evidence from Ukraine. *Tourism and Travelling*, vol. 4, no. 1, pp. 1–15. DOI: [https://doi.org/10.21511/tt.4\(1\).2022.01](https://doi.org/10.21511/tt.4(1).2022.01)
9. Rangel D., Mikołajczyk J., Romanowski R. (2024) The attractiveness of Poland as a culinary tourism destination. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, pp. 421–442. DOI: <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2024.193.24>
10. Salman Y. (2024). Tourism and Israel– Arab Normalization Processes: The Case of Israel, Morocco, and the UAE. *Contemporary Review of the Middle East*, p. 11. DOI: <https://doi.org/10.1177/23477989241258831>
11. Solunoğlu A., Örgün E. (2024) Gastronomy festivals in the development of event tourism and the current situation in Turkey. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, vol. 16, pp. 464–473. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2024-0136>
12. Shlapak A., Yatsenko O., Ivashchenko O., Zarytska N., Osadchuk V. (2023) Digital transformation of international trade in the context of global competition: technological innovations and investment priorities. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, vol. 6, no. 53, pp. 334–347. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4241>
13. Mozgovyy O., Rudenko-Sudarieva L., Shevchenko Y., Yatsenko O., Zhou W. (2023) Factors for choosing of investment models by asian companies in the implementation area of global business initiatives. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, vol. 2, no. 49, pp. 149–162. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.49.2023.4000>
14. Bazaluk O., Yatsenko O., Reznikova N., Bibla I., Karasova N., & Nitsenko V. (2022) International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management*, vol. 23, no. 2, pp. 382–398. DOI: <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
15. Reznikova N., Bulatova O., Yatsenko O., Ivashchenko O. (2022) Fiscal instruments of regulatory competition in the face of challenges to macroeconomic stability during a pandemic Covid-19. *Economics of Development*, vol. 21, no. 2, pp. 35–41. DOI: [https://doi.org/10.57111/econ.21\(2\).2022.35-41](https://doi.org/10.57111/econ.21(2).2022.35-41)
16. World Development Indicators 2024. Available at: <https://data.worldbank.org> (accessed 07 November 2024).
17. Obolenska T., Yatsenko O., Lyskova L., Ostian Z. (2024) Features of the development of international trade in tourist services. *Economics Ecology Socium*, vol. 8, pp. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>