

Міністерство освіти і науки України  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
Географічний факультет  
Кафедра географії та менеджменту туризму

**Оцінка міжнародних туристичних прибутків в країнах Європи,  
проблеми та напрями їх подолання.**

**Кваліфікаційна робота**

**Рівень вищої освіти — перший (бакалаврський)**

**Виконала:**

студентка IV курсу 410 групи  
спеціальності 242 «Туризм»  
ОП «Міжнародний туризм»

**Ончул Інна Василівна**

**Керівник:** кандидат географічних  
наук, доцент

**Брик Степан Дмитрович**

**До захисту допущено:**

**Протокол засідання кафедри №**

від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ д. геогр. н., проф. Король О.Д.

Чернівці - 2026

## **ЗМІСТ**

АНОТАЦІЯ

ВСТУП

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНИХ  
ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТКІВ

1.1 Сутність та економічне значення міжнародних туристичних прибутків

1.2 Методичні підходи до оцінки туристичних прибутків країн

1.3 Фактори впливу на формування туристичних прибутків у країнах  
Європи

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТКІВ У  
КРАЇНАХ ЄВРОПИ

2.1 Динаміка міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи

2.2 Порівняльний аналіз туристичних доходів провідних країн Європи

2.3 Вплив сучасних викликів на розвиток туристичних прибутків

РОЗДІЛ III. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ  
МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТКІВ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ

3.1 Основні проблеми формування туристичних прибутків у країнах  
Європи

3.2 Напрями підвищення ефективності туристичної діяльності

3.3 Перспективи розвитку міжнародного туризму в Європі

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

## АНОТАЦІЯ

Бакалаврська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи та обґрунтуванню напрямів їх підвищення в сучасних умовах розвитку світового туристичного ринку. Актуальність теми дослідження зумовлена важливою роллю міжнародного туризму в забезпеченні економічного зростання держав, формуванні валютних надходжень, розвитку інфраструктури, створенні робочих місць та підвищенні конкурентоспроможності національних економік. Для багатьох європейських країн туристична галузь виступає одним із ключових секторів економіки, що забезпечує значну частку доходів державного бюджету та сприяє розвитку суміжних галузей господарства.

У роботі розкрито сутність та економічне значення міжнародних туристичних прибутків, досліджено теоретичні підходи до їх оцінки та визначено основні фактори, що впливають на формування туристичних доходів у країнах Європи. Особливу увагу приділено аналізу ролі туристичних прибутків у забезпеченні економічної стабільності держав, підвищенні інвестиційної привабливості туристичних дестинацій та розвитку міжнародних економічних зв'язків.

У процесі дослідження здійснено аналіз динаміки міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи, проведено порівняльну характеристику туристичних доходів провідних туристичних держав регіону та визначено тенденції розвитку європейського туристичного ринку. Досліджено вплив сучасних викликів, зокрема наслідків пандемії COVID-19, геополітичної нестабільності, економічних криз, інфляційних процесів та змін у поведінці туристів на формування міжнародних туристичних прибутків. Встановлено, що незважаючи на значні зовнішні ризики, туристична галузь Європи демонструє поступове відновлення та зберігає високий потенціал подальшого розвитку.

За результатами дослідження визначено основні проблеми формування міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи та запропоновано практичні рекомендації щодо підвищення ефективності туристичної діяльності. Обґрунтовано необхідність розвитку туристичної інфраструктури, впровадження цифрових технологій у сферу туризму, удосконалення маркетингових стратегій просування туристичних продуктів, диверсифікації туристичних послуг та підвищення рівня безпеки туристичних DESTINACIЙ. Реалізація запропонованих заходів сприятиме зміцненню конкурентних позицій європейських країн на міжнародному туристичному ринку та забезпечить зростання туристичних доходів у перспективі.

Ключові слова: міжнародний туризм, міжнародні туристичні прибутки, туристичні доходи, країни Європи, туристичний ринок, туристичні потоки, конкурентоспроможність, туристична інфраструктура, розвиток туризму, туристична діяльність.

## **ABSTRACT**

The bachelor's thesis is devoted to the study of international tourism receipts in European countries and the substantiation of directions for their improvement under current conditions of the global tourism market development. The relevance of the research topic is determined by the significant role of international tourism in ensuring economic growth, generating foreign exchange earnings, developing infrastructure, creating employment opportunities, and increasing the competitiveness of national economies. For many European countries, the tourism industry is one of the key sectors of the economy, contributing substantially to budget revenues and stimulating the development of related industries.

The thesis reveals the essence and economic significance of international tourism receipts, examines theoretical approaches to their assessment, and identifies the main factors influencing tourism revenue generation in European countries. Particular attention is paid to the role of tourism receipts in ensuring economic

stability, enhancing the investment attractiveness of tourist destinations, and strengthening international economic relations.

The study analyzes the dynamics of international tourism receipts in European countries, provides a comparative assessment of tourism revenues in leading tourist destinations, and identifies the main trends in the development of the European tourism market. The impact of contemporary challenges, including the consequences of the COVID-19 pandemic, geopolitical instability, economic crises, inflationary processes, and changes in tourist behavior, on the formation of international tourism receipts has been investigated. The results show that despite significant external risks, the European tourism industry demonstrates gradual recovery and maintains considerable potential for further growth.

Based on the findings, the main problems affecting international tourism receipts in European countries have been identified, and practical recommendations aimed at improving the efficiency of tourism activities have been proposed. The study substantiates the necessity of developing tourism infrastructure, implementing digital technologies in tourism services, improving tourism marketing strategies, diversifying tourism products, and enhancing the safety of tourist destinations. The implementation of these measures will strengthen the competitive position of European countries in the global tourism market and contribute to the growth of tourism revenues in the future.

Keywords: international tourism, tourism receipts, tourism revenues, European countries, tourism market, tourist flows, competitiveness, tourism infrastructure, tourism development, tourism activities.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ О. В. Бойчук

## ВСТУП

Актуальність теми бакалаврської роботи зумовлена тим, що міжнародний туризм у сучасних умовах є однією з найбільш динамічних і прибуткових сфер світової економіки. Він забезпечує суттєві валютні надходження, стимулює розвиток транспортної, готельно-ресторанної, культурно-розважальної та інформаційної інфраструктури, а також сприяє підвищенню зайнятості населення і формуванню позитивного міжнародного іміджу країни [1; 2]. Особливо важливого значення міжнародні туристичні прибутки набувають для країн Європи, які традиційно займають провідні позиції на світовому туристичному ринку завдяки високій концентрації культурно-історичних ресурсів, розвиненій інфраструктурі, транспортній доступності та активній державній підтримці туристичної галузі [3; 4].

У сучасних умовах глобалізації міжнародні туристичні прибутки виступають не лише показником ефективності функціонування туристичної сфери, а й важливим індикатором економічної стійкості країни, її конкурентоспроможності та здатності адаптуватися до сучасних викликів. Туристичні доходи безпосередньо впливають на стан платіжного балансу, розвиток регіонів, інвестиційну привабливість дестинацій та розширення міжнародних економічних зв'язків [5]. Саме тому питання оцінки, аналізу та пошуку шляхів підвищення міжнародних туристичних прибутків у країнах

Європи є надзвичайно актуальним як у теоретичному, так і в практичному аспектах.

Ступінь наукової розробленості теми є достатньо широким. Проблеми розвитку міжнародного туризму, оцінки туристичних потоків, визначення економічної ефективності туристичної діяльності та аналізу доходів туристичної галузі висвітлені у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених [6; 7]. Значний внесок у дослідження міжнародного туризму зробили фахівці у сфері економіки туризму, які розглядали питання формування туристичних потоків, факторів конкурентоспроможності туристичних DESTINATION, впливу глобальних криз на туристичну сферу та механізмів управління туристичними доходами [8; 9]. Водночас сучасні умови розвитку європейського туристичного ринку, пов'язані з пандемічними наслідками, безпековими викликами, зміною споживчої поведінки туристів та цифровізацією послуг, зумовлюють необхідність подальшого дослідження проблем формування міжнародних туристичних прибутків.

Необхідність проведення бакалаврського дослідження за обраною темою полягає у потребі удосконалення підходів до оцінки міжнародних туристичних прибутків та обґрунтування практичних напрямів підвищення ефективності туристичної діяльності в країнах Європи. Результати такого дослідження можуть бути використані для вдосконалення державної туристичної політики, розвитку окремих туристичних DESTINATION, формування маркетингових стратегій та підвищення конкурентоспроможності європейських країн на світовому туристичному ринку [10; 11].

Метою бакалаврської роботи є удосконалення підходів до оцінки та обґрунтування напрямів підвищення міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначено такі завдання:

- розкрити сутність та економічне значення міжнародних туристичних прибутків;

- узагальнити основні методичні підходи до оцінки туристичних прибутків країн;
- визначити фактори впливу на формування туристичних прибутків у країнах Європи;
- проаналізувати динаміку міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи;
- здійснити порівняльний аналіз туристичних доходів провідних країн Європи;
- оцінити вплив сучасних викликів на розвиток туристичних прибутків;
- визначити проблеми та перспективні напрями підвищення міжнародних туристичних прибутків.

Об'єктом дослідження є міжнародні туристичні прибутки країн Європи як складова світового ринку туристичних послуг.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів до оцінки, аналізу та підвищення міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи.

Для досягнення поставленої мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Зокрема, метод теоретичного узагальнення застосовано для розкриття сутності міжнародних туристичних прибутків та систематизації наукових підходів; статистичний метод – для аналізу динаміки туристичних доходів; порівняльний аналіз – для співставлення показників провідних країн Європи; графічний метод – для візуалізації тенденцій; економіко-аналітичний підхід – для визначення факторів впливу та перспектив розвитку [12; 13].

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, статистичні дані міжнародних туристичних організацій, матеріали офіційних сайтів, аналітичні звіти, публікації профільних видань, ресурси мережі Internet та офіційна статистика країн Європи [14; 15]. Вихідними даними для розробки теми є показники міжнародних туристичних



прибутків, обсяги туристичних потоків, доходи від туристичних послуг, аналітичні огляди міжнародних організацій та статистичні бази європейських країн.

Отже, обрана тема є актуальною, має вагоме теоретичне та практичне значення, а її дослідження сприятиме формуванню обґрунтованих рекомендацій щодо підвищення міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи.

## **РОЗДІЛ І**

### **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТКІВ**

#### **1.1 Сутність та економічне значення міжнародних туристичних прибутків**

Міжнародний туризм у сучасній світовій економіці посідає одне з провідних місць серед секторів сфери послуг, оскільки забезпечує значні валютні надходження, сприяє активізації зовнішньоекономічних зв'язків та стимулює розвиток суміжних галузей. У цьому контексті особливого значення набуває категорія міжнародних туристичних прибутків, яка відображає фінансові результати обслуговування іноземних туристів у країні та виступає одним із ключових показників ефективності функціонування туристичної індустрії [1; 2].

У науковій літературі міжнародні туристичні прибутки розглядаються як сукупність доходів, отриманих країною від витрат іноземних відвідувачів під час їх перебування на території дестинації. За міжнародними статистичними підходами до них належать витрати на проживання, харчування, транспортні

послуги, культурно-розважальні заходи, екскурсійне обслуговування, придбання товарів, сувенірної продукції та інші витрати, пов'язані з перебуванням туриста в країні призначення. Таким чином, міжнародні туристичні прибутки є відображенням реального внеску туристичних потоків у формування доходів національної економіки.

Сутність міжнародних туристичних прибутків доцільно розглядати не лише як статистичний показник, а і як економічну категорію, що характеризує результативність використання туристично-рекреаційного потенціалу країни. Вони виступають своєрідним індикатором конкурентоспроможності туристичної дестинації, рівня розвитку її інфраструктури, якості туристичного продукту та ефективності маркетингової політики на міжнародному ринку [3; 4].

Економічне значення міжнародних туристичних прибутків полягає насамперед у формуванні валютних надходжень до країни. Для багатьох держав Європи доходи від міжнародного туризму становлять вагомую частку експорту послуг та є важливим джерелом поповнення платіжного балансу. Надходження від іноземних туристів позитивно впливають на макроекономічну стабільність, підтримують національну валюту та сприяють збільшенню інвестиційної активності в туристичній сфері.

Важливим аспектом є те, що міжнародні туристичні прибутки мають мультиплікативний ефект. Витрати туристів стимулюють розвиток не лише безпосередньо туристичної галузі, а й транспорту, торгівлі, сфери харчування, культури, зв'язку, страхування, будівництва, малого та середнього бізнесу [5]. Саме завдяки такому ефекту туризм виступає одним із ключових чинників регіонального економічного розвитку, особливо для країн із високою туристичною спеціалізацією.

На рівні окремих країн міжнародні туристичні прибутки відображають здатність туристичної системи ефективно монетизувати наявний природний, культурно-історичний та інфраструктурний потенціал. Наприклад, для провідних туристичних країн Європи – Іспанії, Франції, Італії, Німеччини –

саме туристичні доходи забезпечують суттєву частку надходжень у сферу послуг, що позитивно впливає на розвиток регіонів, створення робочих місць та підвищення рівня життя населення [6; 7].

Суттєвим є також соціально-економічний аспект міжнародних туристичних прибутків. Їх зростання сприяє створенню нових робочих місць у готельно-ресторанному бізнесі, транспортному обслуговуванні, екскурсійній діяльності, сфері розваг та суміжних галузях. Крім того, збільшення туристичних доходів стимулює розвиток інфраструктури територій: модернізацію транспортних вузлів, реконструкцію історичних об'єктів, покращення сервісної бази та розширення мережі туристичних послуг [8].

У сучасних умовах міжнародні туристичні прибутки дедалі більше залежать від глобальних викликів: геополітичної нестабільності, пандемічних наслідків, інфляційних процесів, зміни споживчих уподобань та цифровізації туристичних сервісів. Саме тому їх дослідження потребує комплексного підходу, який поєднує статистичний аналіз, економічну оцінку та вивчення поведінкових факторів попиту [9; 10].

На мою думку, міжнародні туристичні прибутки слід розглядати не лише як фінансовий результат туристичної діяльності, а і як інтегральний показник ефективності управління туристичною дестинацією. Саме через аналіз їх динаміки можна оцінити успішність державної туристичної політики, конкурентні позиції країни на міжнародному ринку та потенціал подальшого зростання туристичної сфери.

Отже, міжнародні туристичні прибутки є важливим економічним показником, що відображає рівень розвитку туристичної галузі, ефективність використання ресурсного потенціалу країни та її позиції на світовому ринку туристичних послуг. Їх значення проявляється у формуванні валютних надходжень, стимулюванні економічного зростання, створенні робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенні конкурентоспроможності країн Європи на міжнародному туристичному ринку.

## **1.2 Методичні підходи до оцінки туристичних прибутків країн**

Оцінка міжнародних туристичних прибутків є важливим етапом економічного аналізу туристичної діяльності країни, оскільки дозволяє визначити ефективність використання туристичного потенціалу, рівень розвитку сфери послуг та конкурентоспроможність дестинації на міжнародному ринку. У сучасній науковій практиці сформовано декілька основних методичних підходів до оцінки туристичних прибутків, які відрізняються за джерелами інформації, інструментарієм аналізу та рівнем деталізації [8; 9].

Найбільш поширеним є статистичний підхід, що базується на використанні офіційних даних міжнародних організацій, зокрема UN Tourism, Світового банку та OECD. Відповідно до міжнародної методології, туристичні прибутки визначаються як витрати міжнародних в'їзних відвідувачів, включаючи витрати на проживання, харчування, транспорт, придбання товарів та інші послуги, отримані в країні призначення. Такий підхід забезпечує високу порівнюваність між країнами та дозволяє аналізувати динаміку показників у часовому розрізі.

Перевагою статистичного підходу є його об'єктивність, офіційність джерел та можливість міжнародних порівнянь. Водночас недоліком можна вважати залежність від повноти національної статистики окремих країн, а також певне часове відставання публікації даних, що знижує оперативність аналізу [10].

Другим важливим підходом є економічний (макроекономічний) підхід, у межах якого туристичні прибутки оцінюються через їх вплив на ВВП, платіжний баланс, експорт послуг, рівень зайнятості та податкові надходження. У цьому випадку особлива увага приділяється частці туристичних доходів у загальному обсязі експорту послуг або у ВВП країни, що дозволяє визначити місце туризму в національній економіці. Світовий банк активно використовує саме такий показник – міжнародні туристичні прибутки як частку загального експорту.

Перевагою цього підходу є можливість оцінити реальний внесок туризму в економічне зростання країни, проте його недоліком є складність відокремлення прямого та непрямого впливу туристичних витрат на суміжні галузі.

Особливе місце в сучасних дослідженнях займає порівняльно-аналітичний підхід, який передбачає співставлення туристичних прибутків різних країн за певними критеріями: абсолютний обсяг доходів, частка у ВВП, доходи на одного туриста, темпи приросту, сезонна структура. Саме цей підхід є особливо доцільним для аналізу країн Європи, оскільки дозволяє визначити лідерів туристичного ринку, оцінити конкурентні переваги та виявити відмінності в моделях розвитку туристичної сфери [11; 12].

У межах порівняльного підходу доцільно використовувати такі основні аналітичні показники:

- обсяг міжнародних туристичних прибутків, млн дол. США;
- темпи зростання/спаду туристичних доходів;
- частка туристичних прибутків у ВВП;
- туристичні доходи на одного міжнародного туриста;
- частка туристичних прибутків у загальному експорті послуг;
- індекс відновлення після кризових періодів.

Ще одним сучасним напрямом є цифрово-аналітичний підхід, який ґрунтується на використанні big data, даних онлайн-бронювань, мобільного позиціонування, банківських транзакцій та цифрових платформ. Така методика дозволяє більш оперативно оцінювати туристичні потоки та пов'язані з ними доходи, особливо в умовах швидких змін попиту. Дослідження європейських країн показують, що використання мобільних даних дозволяє значно підвищити точність оцінки туристичних доходів.

Перевагою цього підходу є оперативність, деталізація та можливість короткострокового прогнозування, однак недоліком залишається складність доступу до даних та потреба у спеціалізованому програмному забезпеченні.

На мою думку, у межах даної бакалаврської роботи найбільш доцільним є комплексний методичний підхід, що поєднує статистичний, економічний та порівняльно-аналітичний методи. Саме така комбінація дозволяє не лише визначити абсолютні значення туристичних прибутків, а й оцінити їх економічне значення для провідних країн Європи, простежити динаміку змін та сформулювати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності туристичної діяльності.

Отже, сучасні методичні підходи до оцінки туристичних прибутків країн охоплюють статистичні, економічні, порівняльні та цифрові інструменти аналізу. Їх комплексне застосування дозволяє забезпечити об'єктивність дослідження, виявити закономірності розвитку міжнародного туризму та створити методичну основу для подальшого аналізу міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи в другому розділі роботи.

### **1.3 Фактори впливу на формування туристичних прибутків у країнах Європи**

Формування міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи є результатом комплексного впливу економічних, соціальних, інфраструктурних, політичних та зовнішніх чинників. Туристичні доходи безпосередньо залежать від обсягів міжнародних туристичних потоків, середнього рівня витрат відвідувачів, тривалості їх перебування у країні та рівня розвитку туристичної дестинації загалом [16; 17]. Саме тому дослідження факторів впливу на формування туристичних прибутків має важливе теоретичне і практичне значення для розуміння закономірностей розвитку міжнародного туризму в Європі.

Одним із ключових факторів формування міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи є рівень розвитку туристичної інфраструктури, оскільки саме вона визначає здатність країни ефективно приймати міжнародні туристичні потоки, забезпечувати високий рівень комфорту перебування та стимулювати зростання витрат туристів під час подорожі. У сучасних умовах

туристична інфраструктура розглядається не лише як сукупність матеріальних об'єктів, а як цілісна система, що поєднує транспорт, засоби розміщення, заклади харчування, цифрові сервіси, інформаційне забезпечення, туристичну навігацію, об'єкти дозвілля та сервісну підтримку туриста на всіх етапах подорожі [18].

До складу туристичної інфраструктури насамперед належить готельне господарство, яке є одним із головних джерел формування туристичних доходів. Рівень розвитку готельної мережі безпосередньо впливає на вибір країни для подорожі, тривалість перебування туриста та обсяг його витрат. У країнах Західної Європи, таких як Франція, Німеччина, Іспанія та Італія, готельний сектор характеризується високим рівнем диференціації: від бюджетних готелів до преміальних готельних комплексів, історичних бутик-готелів та міжнародних мереж високого класу.

Наприклад, Франція, зокрема Париж, демонструє один із найвищих у Європі рівнів доходів від туристичного розміщення завдяки широкому розвитку готелів високого класу, апартаментів, дизайнерських готелів та сервісу індивідуального обслуговування. Наявність всесвітньо відомих готельних мереж, таких як Accor, Sofitel, Le Meurice, сприяє залученню туристів із високою платоспроможністю, що безпосередньо підвищує середній чек туристичних витрат.

Не менш важливою складовою інфраструктурного забезпечення є транспортна система, яка визначає доступність туристичної дестинації. Для країн Європи саме транспортна інфраструктура є одним із головних конкурентних переваг на світовому туристичному ринку. Розвинена мережа міжнародних аеропортів, швидкісних залізниць, автомобільних маршрутів, міського транспорту, круїзних портів та лоукост-перевезень суттєво підвищує мобільність туристів і стимулює зростання кількості поїздок.

Яскравим прикладом є Німеччина, де транспортна інфраструктура вважається однією з найрозвиненіших у Європі. Міжнародні аеропорти Франкфурта, Мюнхена, Берліна, розгалужена мережа швидкісних потягів ICE,

якісні автобани та інтегрований міський транспорт створюють максимально комфортні умови для міжнародного туризму. Саме транспортна доступність значною мірою забезпечує високі доходи від ділового, виставкового та подієвого туризму.

Важливу роль відіграє і якість дорожньої мережі, особливо для розвитку автомобільного та міжрегіонального туризму. У країнах Південної Європи, зокрема в Іспанії, Італії та Португалії, сучасні автомагістралі сприяють активному розвитку курортного, гастрономічного та сільського туризму. Наприклад, дорожня інфраструктура Іспанії дозволяє туристам швидко переміщатися між Барселоною, Валенсією, Мадридом, Севільєю та приморськими курортами, що стимулює додаткові витрати на проживання, харчування, пальне та локальні послуги.

Суттєвим елементом сучасної туристичної інфраструктури є наявність міжнародних аеропортів і їхня пропускна здатність. Саме міжнародні авіавузли є ключовими воротами для міжконтинентальних туристичних потоків. Для Іспанії такими хабами є аеропорти Мадрида, Барселони, Малаги та Пальма-де-Майорки; для Італії – Риму, Мілана, Венеції; для Франції – Парижа та Ніцци. Чим вищою є якість аеропортового сервісу, тим вищою є ймовірність повторного візиту та збільшення транзитного туризму.

Окремої уваги заслуговують цифрові сервіси бронювання та туристичні інформаційні системи, які в сучасних умовах стали невід'ємною частиною інфраструктурного забезпечення. Онлайн-бронювання готелів, електронні квитки, мобільні міські картки, цифрові навігатори, інтегровані туристичні додатки та системи безконтактної оплати суттєво підвищують зручність подорожі. Наприклад, у Відні успішно функціонує система Vienna City Card, яка інтегрує транспорт, музеї, знижки в ресторанах та туристичні маршрути, що стимулює туристів витратити більше під час перебування.

Не менш важливим є ресторанний бізнес і сфера гастрономічних послуг, які сьогодні стали самостійним драйвером туристичних прибутків. У багатьох країнах Європи гастрономічний туризм формує значну частину витрат



міжнародних відвідувачів. Наприклад, Італія отримує значні доходи завдяки ресторанам Рима, Мілана, Флоренції, Болоньї та Неаполя, де гастрономічний досвід є важливою складовою туристичного продукту.

Високий рівень розвитку туристичної інфраструктури передбачає також наявність туристично-інформаційних центрів, які забезпечують інформаційну підтримку туристів, допомагають орієнтуватися у місті, формують додатковий попит на локальні послуги та підвищують загальний рівень задоволеності відвідувачів. Такі центри особливо ефективно працюють у Чехії, Австрії, Нідерландах та Німеччині.

Суттєвий вплив на зростання туристичних витрат має сервісна інфраструктура, до якої належать торгові центри, заклади дозвілля, концертні майданчики, музеї, тематичні парки, SPA-комплекси, гірськолижні курорти, морські марини та спортивні об'єкти. Наприклад, Австрія завдяки високорозвиненій гірськолижній інфраструктурі Альп формує значні міжнародні туристичні прибутки у зимовий сезон.

На мою думку, саме комплексність туристичної інфраструктури є визначальним чинником успішного формування міжнародних туристичних прибутків. Недостатньо мати лише природні чи культурні ресурси – ключове значення має здатність країни забезпечити комфорт, швидкість пересування, високий рівень сервісу, цифрову підтримку та широкий спектр додаткових послуг.

Отже, рівень розвитку туристичної інфраструктури безпосередньо визначає конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку. Високий рівень готельного господарства, транспортної доступності, якості доріг, міжнародних аеропортів, цифрових сервісів, ресторанного бізнесу, туристично-інформаційних центрів та сервісної інфраструктури сприяє зростанню туристичних потоків, підвищує комфорт перебування туристів і стимулює збільшення їхніх витрат. Саме тому інвестиції в інфраструктурний розвиток є одним із найефективніших інструментів підвищення міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи.

Таблиця 1.1

## Основні групи факторів впливу на туристичні прибутки

| Група факторів  | Основні складові                  | Вплив на прибутки               |
|-----------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| Інфраструктурні | готелі, транспорт, ресторани      | пряме зростання витрат туристів |
| Ресурсні        | культурна спадщина, природа       | підвищення привабливості        |
| Цінові          | проживання, харчування, логістика | формування середнього чеку      |
| Маркетингові    | бренд країни, digital-просування  | зростання міжнародного попиту   |
| Безпекові       | стабільність, візова політика     | вплив на рішення про подорож    |

Важливу роль у формуванні туристичних доходів відіграє культурно-історичний та природно-рекреаційний потенціал. Країни Європи характеризуються високою концентрацією історико-культурних пам'яток, музеїв, архітектурних ансамблів, релігійних об'єктів, морських узбереж, гірських курортів та природних ландшафтів. Саме ці ресурси формують туристичну привабливість Франції, Італії, Іспанії, Австрії, Швейцарії та Греції [19].

Суттєвим фактором є транспортна доступність туристичних destinations. Для країн Європи особливе значення має розвинена мережа міжнародних авіаперевезень, швидкісних залізничних сполучень, круїзних маршрутів та автомобільного туризму. Чим простішим є доступ до країни для міжнародного туриста, тим вищою є ймовірність зростання туристичного потоку та збільшення прибутків.

Таблиця 1.2

## Порівняння домінуючих факторів у провідних країнах Європи

| Країна  | Домінуючий фактор       | Особливість впливу                |
|---------|-------------------------|-----------------------------------|
| Франція | культурна спадщина      | стабільно високі витрати туристів |
| Іспанія | морські курорти, клімат | сезонне зростання доходів         |

|           |                                     |                                 |
|-----------|-------------------------------------|---------------------------------|
| Італія    | історичні пам'ятки,<br>гастротуризм | високий середній чек            |
| Німеччина | бізнес-туризм, транспорт            | рівномірний потік протягом року |
| Австрія   | гірськолижний туризм                | сезонно високі прибутки         |

Окремо слід виділити ціновий фактор, який безпосередньо визначає рівень доступності країни для міжнародного туриста. Вартість проживання, транспортних послуг, харчування, культурних заходів та загальний рівень цін формують середній чек туриста. У країнах Європи спостерігається значна диференціація за ціновими сегментами: від premium-напрямів до більш доступних DESTINACIЙ.

Важливим чинником є маркетинг туристичних DESTINACIЙ та міжнародний імідж країни. У сучасних умовах конкуренція між країнами за туристичні потоки значною мірою залежить від ефективності національного брендингу, просування туристичних продуктів у цифровому середовищі, участі у міжнародних виставках та використання соціальних мереж.

Не менш важливими є соціально-політичні та безпекові фактори. Політична стабільність, високий рівень безпеки, сприятлива візова політика та передбачуваність зовнішньої політики держави безпосередньо впливають на вибір туристами країни для подорожі.

Окремої уваги заслуговують глобальні виклики сучасності, серед яких наслідки пандемії, інфляційні процеси, геополітичні ризики, зміна поведінки туристів та цифровізація туристичних послуг.

Таблиця 1.3

## Вплив сучасних викликів на формування туристичних прибутків

| Виклик              | Характер впливу | Наслідок                                 |
|---------------------|-----------------|------------------------------------------|
| Інфляція            | негативний      | скорочення середньої тривалості подорожі |
| Геополітичні ризики | негативний      | зменшення міжнародних потоків            |
| Digitalization      | позитивний      | зростання онлайн-продажів                |

|                            |            |                            |
|----------------------------|------------|----------------------------|
| Персоналізація турпродукту | позитивний | збільшення середнього чеку |
| Післякризове відновлення   | позитивний | відновлення доходів        |

На мою думку, серед усіх факторів найбільш визначальними для країн Європи є поєднання інфраструктурної розвиненості, туристичного бренду та здатності держави оперативно реагувати на сучасні виклики. Саме синергія цих чинників забезпечує стабільність туристичних потоків і формує високий рівень міжнародних туристичних доходів.

Отже, формування міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи залежить від широкого спектра факторів, серед яких ключове місце займають туристична інфраструктура, ресурсний потенціал, транспортна доступність, цінова політика, маркетинг, безпекова ситуація та глобальні виклики. Їх комплексний вплив визначає конкурентні позиції країн на міжнародному туристичному ринку та формує основу для подальшого аналітичного дослідження у другому розділі роботи.

## РОЗДІЛ II

### АНАЛІЗ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТКІВ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ

#### 2.1 Динаміка міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи

Дослідження динаміки міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи має важливе значення для оцінки сучасного стану туристичної галузі, визначення тенденцій її розвитку та формування прогнозних напрямів підвищення ефективності туристичної діяльності. Європа традиційно посідає провідні позиції на світовому туристичному ринку, акумулюючи найбільшу частку міжнародних туристичних потоків та доходів від туристичних послуг. За даними Eurostat, у 2023 році країни ЄС забезпечили 25,9% світових надходжень

від міжнародного туризму, що підтверджує їх домінуючу роль у глобальному туристичному просторі.

Аналіз динаміки міжнародних туристичних прибутків доцільно здійснювати за період 2019–2024 рр., що дозволяє охопити докризовий період, фазу різкого спаду внаслідок пандемії COVID-19, етап поступового відновлення та сучасне зростання туристичних доходів.

У 2019 році країни Європи демонстрували стабільно високі показники міжнародних туристичних прибутків. Саме цей рік можна вважати базовим для порівняння, оскільки він передував глобальним кризовим явищам і характеризувався максимальним рівнем туристичної активності. За оцінками European Travel Commission, у 2019 році Європа прийняла близько 746 млн міжнародних туристів, а туристичні прибутки перевищували докризові середні темпи зростання, що формувало позитивну динаміку для більшості провідних країн регіону.

Ситуація кардинально змінилася у 2020 році, коли пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентне скорочення міжнародних туристичних потоків. За даними UN Tourism, світові туристичні прибутки зменшилися на 63%, а Європа як найбільший туристичний регіон також зазнала значного падіння доходів. Для більшості європейських країн цей рік характеризувався різким зниженням доходів готельного сектору, транспортних перевезень, культурно-розважальних послуг та ресторанного бізнесу.

Особливо суттєве скорочення було характерним для країн із високою залежністю від міжнародного туризму, зокрема Іспанії, Італії, Греції, Португалії та Хорватії. Основними причинами спаду стали:

- закриття міжнародних кордонів;
- карантинні обмеження;
- зупинка авіасполучення;
- зниження мобільності населення;
- падіння споживчої впевненості туристів.

У 2021 році спостерігалось часткове відновлення туристичних прибутків, однак темпи зростання залишалися стриманими. Відновлення було нерівномірним і залежало від швидкості зняття карантинних обмежень, темпів вакцинації населення та здатності країн адаптувати туристичні продукти до нових умов. За оцінками OECD, міжнародні туристичні доходи у 2021 році залишалися більш ніж на половину нижчими за рівень 2019 року.

Починаючи з 2022 року, країни Європи перейшли до фази активного відновлення міжнародного туризму. Зростання туристичних потоків було зумовлене відкладеним попитом, відновленням авіап перевезень, поверненням міжконтинентальних подорожей та активізацією внутрішньоевропейського туризму. У цей період особливо швидко зростали доходи Іспанії, Франції та Італії, які зуміли швидко відновити свій туристичний бренд і розширити пропозицію культурного, гастрономічного та premium-туризму.

У 2023 році міжнародний туризм у Європі практично досяг докризового рівня. За даними UN Tourism, міжнародні туристичні надходження у світі сягнули 1,5 трлн дол. США, що лише на 3% менше за 2019 рік, а Європа стала головним драйвером цього відновлення.

Саме у 2023 році ЄС забезпечив понад чверть світових туристичних доходів, що стало свідченням високої адаптивності європейського туристичного ринку.

Особливо динамічним було зростання прибутків у таких країнах:

- Іспанія – завдяки морському, культурному та гастрономічному туризму;
- Франція – через сильний бренд, luxury-туризм та ділові події;
- Італія – за рахунок історико-культурних DESTINAЦІЙ;
- Німеччина – через бізнес-туризм та виставкову діяльність;
- Греція і Хорватія – завдяки сезонному рекреаційному туризму.

У 2024 році позитивна динаміка збереглася. За даними UN Tourism, Європа прийняла 747,3 млн міжнародних туристів, що вже перевищило докризові показники, а провідні країни суттєво наростили туристичні прибутки.

Наприклад, Іспанія отримала 106,5 млрд дол. США, Франція – 77,1 млрд дол., Італія – 58,7 млрд дол., що свідчить про стабільну тенденцію до зростання.

Для наочності динаміку міжнародних туристичних прибутків у провідних країнах Європи доцільно узагальнити в таблиці.

Таблиця 2.1

Динаміка міжнародних туристичних прибутків провідних країн Європи, млрд дол. США

| Країна    | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024  |
|-----------|------|------|------|------|------|-------|
| Іспанія   | 79,7 | 20,5 | 34,1 | 71,6 | 92,0 | 106,5 |
| Франція   | 63,8 | 24,0 | 35,4 | 50,1 | 71,2 | 77,1  |
| Італія    | 49,5 | 18,3 | 27,2 | 41,8 | 55,9 | 58,7  |
| Німеччина | 43,2 | 17,1 | 25,9 | 39,6 | 50,1 | 56,3  |

Проведений аналіз динаміки міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи за 2019–2024 роки свідчить про наявність чітко виражених етапів розвитку туристичної галузі, які були зумовлені як глобальними кризовими явищами, так і подальшими процесами адаптації та відновлення ринку. Дані таблиці свідчать, що у 2020 році відбулося різке падіння туристичних доходів у всіх досліджуваних країнах, однак уже у 2022–2024 роках спостерігається стійке відновлення з перевищенням докризового рівня у більшості країн-лідерів.

Різне скорочення туристичних доходів у 2020 році стало наслідком безпрецедентного впливу пандемії COVID-19, яка фактично призвела до тимчасового паралічу міжнародного туризму. Закриття державних кордонів, обмеження міжнародного авіасполучення, карантинні заходи, локдауни та різке зниження мобільності населення зумовили безпрецедентне скорочення кількості міжнародних туристів. Для більшості країн Європи це означало втрату значної частини доходів у готельному бізнесі, сфері транспорту, ресторанному господарстві, культурних установах та суміжних видах економічної діяльності.

Особливо відчутним падіння було для країн, де туризм займає вагоме місце у структурі національної економіки. Так, Іспанія, Італія та Франція, які традиційно входять до числа світових лідерів за кількістю міжнародних туристів, зазнали значного скорочення валютних надходжень від туристичної діяльності. Для цих держав туризм є не лише важливою складовою сфери послуг, а й джерелом зайнятості, розвитку малого бізнесу, підтримки регіональної економіки та наповнення місцевих бюджетів.

Уже з 2021 року в країнах Європи розпочався поступовий етап відновлення туристичних доходів, який був пов'язаний із частковим зняттям карантинних обмежень, відновленням міжнародного транспортного сполучення, розширенням вакцинації населення та поверненням довіри туристів до міжнародних подорожей. Проте саме у 2022–2024 роках це відновлення набуло системного та стійкого характеру. Більшість провідних країн Європи не лише повернулися до докризових показників, а й у ряді випадків змогли їх перевищити.

Важливо відзначити, що динаміка туристичних прибутків у країнах Європи залежить не лише від кількості туристів, а й від суттєвої зміни структури попиту. Сучасний міжнародний турист витрачає більше коштів на послуги підвищеного рівня якості, гастрономічні враження, індивідуалізовані маршрути, культурні події, короткострокові інтенсивні подорожі та покупки товарів високого цінового сегмента. Саме ці зміни у споживчій поведінці сприяють тому, що доходи від туризму зростають швидше, ніж сама кількість туристичних прибуттів.

Особливого значення набуває тенденція до підвищення витрат на якісні туристичні послуги та унікальний досвід подорожі. Якщо раніше значна частина туристів орієнтувалася на стандартний пакетний відпочинок, то сучасний споживач дедалі частіше обирає більш індивідуалізований формат подорожі, який включає авторські екскурсійні маршрути, локальні культурні активності, тематичні фестивалі, гастрономічні тури, подієвий туризм та короткі насичені поїздки до великих європейських міст.



Для країн Європи така зміна структури попиту є надзвичайно вигідною, оскільки дозволяє збільшувати середній дохід на одного туриста. Наприклад, у Франції значна частина туристичних доходів формується не лише за рахунок кількості відвідувачів, а й через високі витрати на культурні події, музеї, модну індустрію, покупки та готелі високого класу. В Італії суттєву роль відіграє гастрономічний туризм, мистецькі маршрути, історичні міста та індивідуалізовані подорожі. Іспанія поєднує рекреаційний туризм із гастрономічними, культурними та подієвими форматами, що також позитивно позначається на доходах.

Окремо варто підкреслити, що сучасна динаміка міжнародних туристичних прибутків дедалі більше залежить від розвитку короткострокових, але більш інтенсивних за витратами поїздок. Короткі подорожі до європейських міст, які тривають 2–4 дні, стали однією з найважливіших тенденцій останніх років. Такі поїздки передбачають більш високу концентрацію витрат у розрахунку на добу: туристи активно витрачають кошти на проживання, харчування, транспорт, культурні заходи, шопінг та розваги. У підсумку це забезпечує випереджальне зростання туристичних доходів навіть за відносно помірною приросту кількості відвідувачів.

Ще одним важливим фактором сучасної динаміки є цифровізація туристичних сервісів, яка значно підвищує ефективність монетизації туристичного попиту. Онлайн-бронювання, мобільні туристичні додатки, цифрові міські картки, електронні квитки та персоналізовані рекомендації стимулюють туристів витрачати більше під час подорожі. Для провідних країн Європи це стало важливим чинником зростання доходів у 2023–2024 роках.

На мою думку, сучасна динаміка міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи демонструє не лише відновлення після кризових явищ, а й перехід до нової моделі розвитку туризму, у межах якої ключову роль відіграють якість туристичного продукту, персоналізація сервісу, цифрові рішення, розвиток подієвого та гастрономічного туризму, а також підвищення середніх витрат одного туриста.

Важливою особливістю сучасного етапу є також зростання ролі міського туризму. Такі міста, як Париж, Рим, Барселона, Мілан, Відень, Прага та Амстердам, дедалі більше формують туристичні прибутки за рахунок поєднання культурної спадщини, сучасних сервісів, подієвого туризму, гастрономії, транспортної доступності та високого рівня сервісу. Міський туризм стає одним із найбільш дохідних сегментів європейського туристичного ринку.

Крім того, сучасна динаміка туристичних прибутків у країнах Європи характеризується зростанням ролі внутрішньоєвропейського туризму. Значна частина подорожей здійснюється між країнами ЄС, що забезпечує стабільність попиту навіть у періоди глобальної невизначеності. Саме високий рівень мобільності населення всередині Європи та розвинена транспортна система сприяють стійкому зростанню доходів.

Отже, аналіз динаміки міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи за 2019–2024 роки показав, що після різкого спаду у 2020 році туристична галузь регіону перейшла до фази активного відновлення та стійкого зростання. Провідними лідерами за обсягами туристичних доходів залишаються Іспанія, Франція, Італія та Німеччина, а загальна тенденція свідчить про високий потенціал подальшого розвитку міжнародного туризму в Європі. Ключовими драйверами зростання стають підвищення якості туристичного продукту, зміна структури попиту, цифровізація сервісів, розвиток міського та короткострокового туризму, а також збільшення середніх витрат одного туриста.

## **2.2 Порівняльний аналіз туристичних доходів провідних країн Європи**

Порівняльний аналіз туристичних доходів провідних країн Європи дає змогу визначити конкурентні позиції окремих держав на міжнародному туристичному ринку, виявити особливості моделей монетизації туристичних потоків та оцінити ефективність використання туристичного потенціалу. На

відміну від аналізу динаміки, який відображає часові зміни, порівняльний підхід дозволяє співставити країни за ключовими економічними параметрами: загальним обсягом туристичних надходжень, середніми витратами одного туриста, часткою туризму у ВВП та структурою туристичного попиту [9; 12].

Серед провідних країн Європи найбільш високі доходи від міжнародного туризму стабільно формують Іспанія, Франція, Італія та Німеччина. Проте механізми формування цих доходів суттєво відрізняються. Іспанія демонструє лідерство завдяки поєднанню масового пляжного, гастрономічного та культурного туризму, тоді як Франція зберігає високі позиції через сильний бренд luxury-дестинації, діловий туризм і значні витрати туристів у сегменті shopping tourism [13; 14].

Для проведення об'єктивного порівняльного аналізу доцільно використати систему ключових показників.

Таблиця 2.2

Порівняльна характеристика туристичних доходів провідних країн Європи у 2024 р.

| Країна    | Туристичні доходи, млрд дол. | Кількість туристів, млн осіб | Дохід на 1 туриста, дол. | Частка туризму у ВВП, % |
|-----------|------------------------------|------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Іспанія   | 106,5                        | 94,0                         | 1133                     | 12,8                    |
| Франція   | 77,1                         | 100,0                        | 771                      | 8,9                     |
| Італія    | 58,7                         | 64,5                         | 910                      | 10,4                    |
| Німеччина | 56,3                         | 39,8                         | 1415                     | 7,2                     |

Дані таблиці свідчать, що за абсолютним обсягом туристичних доходів лідирує Іспанія, тоді як Німеччина має найвищий дохід у розрахунку на одного туриста. Це пояснюється домінуванням бізнес-туризму, виставкової діяльності, медичного та MICE-сегменту, де середні витрати одного відвідувача є значно вищими, ніж у масовому рекреаційному туризмі [14; 15].

Франція, незважаючи на найбільшу кількість міжнародних прибуттів, поступається за доходом на одного туриста. Це пов'язано з великою часткою

короткотривалих подорожей, транзитного туризму, а також значним сегментом бюджетних міських турів. Натомість Італія вирізняється високим середнім чеком завдяки культурно-історичному, гастрономічному та luxury-туризму, особливо у містах Рим, Венеція, Флоренція та Мілан [10; 13].

Важливим елементом порівняння є структура туристичного продукту, оскільки саме вона формує середній рівень витрат туриста.

Таблиця 2.3

Особливості формування туристичних доходів у провідних країнах Європи

| Країна    | Домінуючий вид туризму         | Основне джерело високих доходів               |
|-----------|--------------------------------|-----------------------------------------------|
| Іспанія   | рекреаційний, пляжний          | тривале перебування туристів, сезонні витрати |
| Франція   | культурний, преміальний        | покупки, готелі високого класу, події         |
| Італія    | культурний, гастрономічний     | високий середній чек                          |
| Німеччина | діловий, конгресно-виставковий | ділові витрати, виставки, транспорт           |

З позиції економічної ефективності найбільш результативною моделлю можна вважати німецьку та італійську, оскільки вони забезпечують вищий дохід на одного туриста. Іспанська модель, своєю чергою, є найбільш масштабною за рахунок масовості туристичних потоків. Французька модель поєднує масовість і преміальність, що робить її однією з найстійкіших до кризових коливань [12; 14].

Окремо слід відзначити вплив цифровізації туристичних послуг на формування доходів. Провідні країни Європи активно впроваджують smart tourism solutions, цифрові city-pass, AI-персоналізацію маршрутів, мобільні туристичні додатки, що позитивно впливає на середні витрати туристів та стимулює повторні візити [11; 15].

На мою думку, результати порівняльного аналізу свідчать, що обсяг туристичних доходів визначається не лише кількістю туристів, а передусім

якістю туристичного продукту, структурою попиту та здатністю країни стимулювати високі витрати одного відвідувача. Саме тому для провідних країн Європи ключовим чинником подальшого зростання є розвиток premium-, business- та experiential-туризму.

Отже, порівняльний аналіз туристичних доходів провідних країн Європи показав, що лідерство за доходами зберігають Іспанія, Франція, Італія та Німеччина, однак їхні моделі формування прибутків суттєво відрізняються. Найбільш ефективними з позиції доходу на одного туриста є Німеччина та Італія, що підтверджує важливість структурної якості туристичного попиту для сучасного європейського ринку.

### **2.3 Вплив сучасних викликів на розвиток туристичних прибутків**

Сучасний розвиток міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи відбувається під впливом комплексу глобальних викликів, які суттєво змінюють не лише обсяги туристичних потоків, а й самі механізми формування доходів від туристичної діяльності. Якщо раніше основними чинниками зростання туристичних прибутків вважалися сезонність, популярність туристичних дестинацій, рівень розвитку інфраструктури та культурно-історичний потенціал, то в сучасних умовах дедалі більшого значення набувають зовнішні ризики глобального характеру. До таких викликів належать інфляційні процеси, геополітична нестабільність, енергетична криза, цифровізація туристичних сервісів, зміна поведінки туристів, екологізація споживчого попиту та зростання ролі безпекового фактора [9; 12; 14].

Після активної фази відновлення міжнародного туризму у 2022–2024 роках країни Європи зіткнулися з новим етапом структурних змін, який супроводжується зростанням невизначеності. Одним із найсуттєвіших викликів став інфляційний тиск, який охопив практично всі складові туристичного продукту. Зростання цін на транспортні послуги, проживання, харчування, культурні заходи, паливо, логістику та енергоресурси суттєво змінило модель

витрат міжнародного туриста. У сучасних умовах туристи дедалі уважніше підходять до планування бюджету подорожі, частіше бронюють поїздки заздалегідь, обирають коротші за тривалістю маршрути та намагаються оптимізувати витрати на другорядні послуги.

Зазначена тенденція особливо помітна в країнах Західної та Південної Європи, де традиційно високий рівень цін у поєднанні з інфляційним зростанням вартості послуг змушує туристів скорочувати тривалість перебування. У результаті змінюється сама структура міжнародних туристичних прибутків: якщо раніше значна частина доходів формувалася за рахунок тривалих літніх відпусток, то сьогодні все більшу роль відіграють короткострокові поїздки, подорожі вихідного дня, культурні міські тури та комбіновані маршрути.

Суттєвим сучасним викликом залишається геополітична нестабільність, яка безпосередньо впливає на рішення туристів щодо вибору напрямку подорожі. У сучасних умовах безпековий чинник став одним із ключових при плануванні міжнародних поїздок. Туристи дедалі частіше оцінюють не лише туристичну привабливість країни, а й рівень політичної стабільності, прогнозованість транспортного сполучення, безпеку в містах, рівень соціальної напруги та здатність держави оперативно реагувати на кризові ситуації. Це призводить до перерозподілу міжнародних туристичних потоків на користь країн, які сприймаються як стабільні та безпечні.

Для країн Європи це означає нерівномірність формування туристичних прибутків. Держави Південної та Західної Європи, які мають сильний туристичний бренд, високий рівень сервісу та розвинену інфраструктуру, зберігають стійкі позиції. Водночас країни, які опинилися ближче до зон геополітичної напруги або асоціюються з підвищеними ризиками, можуть демонструвати більш стриману динаміку доходів від міжнародного туризму.

Окремим сучасним викликом є енергетична криза, яка стала одним із ключових факторів зростання собівартості туристичних послуг. Підвищення вартості електроенергії, опалення, кондиціонування, логістики та палива

безпосередньо позначається на витратах готельного бізнесу, транспортних компаній, закладів харчування, туристичних об'єктів та сфери розваг. У результаті зростає кінцева ціна туристичного продукту, що частково стримує попит, особливо у середньоціновому сегменті.

Водночас сучасні виклики створюють не лише загрози, а й нові можливості для зростання туристичних прибутків. Насамперед це стосується цифровізації туристичних сервісів. Активне впровадження онлайн-бронювання, електронних квитків, мобільних додатків, цифрових туристичних карт, автоматизованих систем реєстрації та персоналізованих рекомендацій суттєво змінює модель взаємодії туриста з дестинацією. Цифрові сервіси дозволяють туристичним підприємствам точніше прогнозувати попит, гнучко управляти цінами, збільшувати обсяги супутніх продажів та формувати персоналізовані туристичні продукти.

Завдяки цифровізації міжнародні туристичні прибутки дедалі більше залежать не лише від кількості відвідувачів, а й від здатності дестинації ефективно монетизувати поведінку туриста через додаткові послуги, електронні сервіси, індивідуальні маршрути, системи лояльності та інтегровані туристичні платформи. Саме тому цифрова трансформація стала одним із найважливіших факторів довгострокового зростання туристичних доходів у країнах Європи.

Важливою тенденцією є зміна поведінки сучасного туриста. Після пандемії та в умовах глобальної нестабільності туристи стали більш раціональними у своїх витратах, проте водночас більше цінують якість сервісу, гнучкість бронювання, безпечність подорожі, локальний досвід та емоційну складову відпочинку. Це призводить до зростання попиту на індивідуальні маршрути, тематичні тури, культурні події, гастрономічні враження та короткі міські подорожі.

Значний вплив на розвиток міжнародних туристичних прибутків має також зростання попиту на сталий туризм. У сучасних умовах туристи дедалі частіше обирають екологічно відповідальні дестинації, надають перевагу готелям із ресурсозберігаючими технологіями, локальним продуктам,

громадському транспорту та природоорієнтованим маршрутам. Для країн Європи це створює можливість формувати новий сегмент високодохідного туристичного продукту, орієнтованого на туристів із вищою платоспроможністю.

На мою думку, сучасні виклики суттєво змінюють саму модель розвитку міжнародного туризму в Європі. Якщо раніше головним орієнтиром було збільшення кількості міжнародних прибуттів, то сьогодні основний акцент зміщується на підвищення середньоденних витрат туриста, розвиток короткострокових, але більш дохідних форматів подорожей, посилення ролі цифрових сервісів та сталого розвитку туристичних дестинацій.

Отже, вплив сучасних викликів на розвиток міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи має комплексний і багатовекторний характер. Інфляційні процеси, геополітична нестабільність та енергетичні витрати створюють нові обмеження для розвитку туристичної галузі. Водночас цифровізація, зміна поведінки туристів, орієнтація на якість сервісу та зростання попиту на сталий туризм формують нові можливості для підвищення туристичних доходів. Саме здатність країн Європи швидко адаптуватися до цих трансформацій визначатиме їх конкурентні позиції на світовому туристичному ринку у найближчі роки.

Таблиця 2.4

## Вплив сучасних викликів на туристичні прибутки країн Європи

| Сучасний виклик     | Характер впливу                  | Економічний результат              |
|---------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Інфляція            | зростання цін на travel services | скорочення тривалості подорожей    |
| Геополітичні ризики | перерозподіл туристичних потоків | зміна популярних напрямів          |
| Енергетична криза   | зростання витрат бізнесу         | подорожчання туристичного продукту |
| Цифровізація        | спрощення доступу до послуг      | зростання онлайн-доходів           |
| Sustainable tourism | premiumization попиту            | вищі витрати на 1 туриста          |



Особливо важливим викликом для Європи залишаються геополітичні ризики та безпековий фактор, які суттєво впливають на туристичну поведінку. У 2023–2025 рр. спостерігається перерозподіл потоків на користь країн із високим рівнем безпеки та прогнозованою державною політикою. У результаті виграють Іспанія, Португалія, Австрія та країни Північної Європи, тоді як окремі регіони Центрально-Східної Європи демонструють більш стриману динаміку [12; 14].

Водночас значний позитивний вплив має цифрова трансформація туристичної сфери. Використання AI-сервісів, персоналізованих рекомендацій, безконтактних check-in систем, smart hotel solutions, digital city-pass та big data-аналітики дозволяє не лише підвищити комфорт туриста, а й збільшити середній чек завдяки cross-selling та up-selling туристичних послуг [11; 15].

Таблиця 2.5

## Вплив цифровізації на туристичні прибутки

| Цифровий інструмент                       | Напрямок впливу           | Ефект для доходів                      |
|-------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------|
| рекомендації на основі штучного інтелекту | персоналізація маршруту   | збільшення середнього чеку             |
| динамічне ціноутворення                   | гнучке формування цін     | максимізація доходів                   |
| мобільна міська туристична картка         | інтеграція послуг         | зростання витрат туристів у дестинації |
| інтелектуальні готелі                     | підвищення якості сервісу | збільшення витрат туристів             |
| аналітика великих даних                   | прогнозування попиту      | оптимізація сезонних доходів           |

Окремої уваги заслуговує тренд сталого та екологічного туризму, який у 2024–2025 рр. перетворився на один із ключових драйверів доходів. Туристи дедалі частіше готові витратити більше на eco-friendly accommodation, green transport, локальні продукти, slow tourism та authentic experiences. Для європейських країн це відкриває можливість не лише збільшувати доходи, а й зменшувати сезонність та територіальну концентрацію потоків [1; 4].

Таблиця 2.6

## Позитивні та негативні ефекти сучасних викликів

| Виклик           | Негативний ефект              | Позитивний ефект                  |
|------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Інфляція         | скорочення тривалості поїздок | higher spending per day           |
| Безпекові ризики | зміщення попиту               | концентрація на стабільних ринках |
| Цифровізація     | висока конкуренція платформ   | зростання conversion rate         |
| Екотуризм        | вищі витрати на стандарти     | premiumization destination        |

На мою думку, сучасні виклики не лише створюють ризики для розвитку міжнародних туристичних прибутків, а й формують нові можливості для зростання. Особливо перспективними для країн Європи є цифровізація туристичних сервісів, розвиток стійких форматів туризму та адаптація цінових стратегій до нових моделей поведінки туриста.

Отже, аналіз сучасних викликів показав, що міжнародні туристичні прибутки країн Європи формуються під впливом суперечливих тенденцій. Негативний тиск інфляції, безпекових ризиків та енергетичних витрат частково компенсується цифровізацією, персоналізацією туристичного продукту та зростанням попиту на sustainable tourism. Саме здатність швидко адаптуватися до цих змін визначатиме подальшу конкурентоспроможність європейських туристичних дестинацій.

### РОЗДІЛ III

#### ПРОБЛЕМИ ТА НАПЯМИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТКІВ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ

##### 3.1 Основні проблеми формування туристичних прибутків у країнах Європи

Незважаючи на стійке відновлення міжнародного туризму та позитивну динаміку туристичних доходів у 2022–2025 рр., країни Європи продовжують стикатися з низкою системних проблем, які стримують подальше зростання міжнародних туристичних прибутків. Ці проблеми мають економічний, інфраструктурний, соціально-політичний, екологічний та управлінський характер, що потребує комплексного підходу до їх подолання [9; 12; 14].

Однією з ключових проблем є висока залежність окремих країн від сезонного туризму. Це особливо характерно для Іспанії, Греції, Хорватії, Португалії та частково Італії, де основний обсяг туристичних надходжень формується у літній період. Така сезонність спричиняє нерівномірне завантаження інфраструктури, нестабільність доходів підприємств туристичної сфери та коливання зайнятості персоналу [3; 13].

Таблиця 3.1

Основні проблеми формування туристичних прибутків у країнах Європи

| Проблема            | Сутність прояву                      | Вплив на доходи                 |
|---------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| Сезонність          | концентрація попиту в окремі періоди | нестабільність надходжень       |
| Інфляційний тиск    | зростання вартості послуг            | скорочення попиту               |
| Геополітичні ризики | безпекові обмеження                  | перерозподіл потоків            |
| Overtourism         | перевантаження DESTINATION           | зниження якості сервісу         |
| Кадровий дефіцит    | нестача персоналу                    | зменшення якості обслуговування |

Суттєвою проблемою для більшості країн Європи є інфляційне зростання вартості туристичних послуг, що охоплює транспорт, готельний сектор, енергетичні витрати, ресторанний бізнес та дозвілля. Підвищення цін, з одного боку, збільшує номінальні доходи, однак з іншого – стримує попит, особливо у сегменті middle-budget tourism. У результаті частина туристів скорочує тривалість поїздки або змінює destination choice на більш доступні країни [11; 15].

Окремою структурною проблемою є нерівномірність територіального розподілу туристичних потоків, що особливо помітно у Франції, Італії та Іспанії. Основна частка доходів концентрується у кількох топ-дестинаціях: Париж, Барселона, Мадрид, Рим, Венеція, Мілан. Це призводить до перевантаження інфраструктури, зростання витрат на утримання міського середовища та поступового зниження туристичної привабливості через overtourism [10; 13].

Таблиця 3.2

## Проблеми за групами країн Європи

| Група країн       | Домінуюча проблема            | Особливість впливу       |
|-------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Південна Європа   | сезонність, overtourism       | нестабільні річні доходи |
| Західна Європа    | високі витрати та конкуренція | premium pressure         |
| Центральна Європа | безпековий фактор             | стримування потоків      |
| Північна Європа   | висока собівартість           | lower mass demand        |

Ще однією важливою проблемою є дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму та гостинності. Після пандемічного спаду значна частина працівників змінила сферу діяльності, що призвело до нестачі персоналу в готельному, ресторанному, транспортному та екскурсійному секторах. Це негативно впливає на якість сервісу, а отже – і на рівень витрат туристів та їхню лояльність [5; 19].

У сучасних умовах також посилюється проблема зростання конкуренції між туристичними дестинаціями, як всередині Європи, так і з боку азійських та близькосхідних ринків. Європейські країни змушені конкурувати не лише ціною, а й унікальністю досвіду, рівнем цифровізації, стійкістю та брендом destination [14; 24].

Важливим викликом для довгострокового зростання прибутків є екологічний тиск та вимоги sustainable tourism. Популярні дестинації змушені збільшувати витрати на збереження природних ресурсів, культурної спадщини, декарбонізацію транспорту та впровадження green standards. У

короткостроковій перспективі це може знижувати рентабельність, однак у стратегічному вимірі забезпечує стійкість туристичних доходів [1; 4].

Таблиця 3.3

Вплив проблем на довгострокову стійкість туристичних доходів

| Проблема         | Короткостроковий ефект     | Довгостроковий ризик               |
|------------------|----------------------------|------------------------------------|
| Сезонність       | коливання cash-flow        | втрата інвестиційної привабливості |
| Overtourism      | локальне зростання доходів | репутаційні втрати                 |
| Кадровий дефіцит | зниження сервісу           | падіння repeat visits              |
| Екологічний тиск | додаткові витрати          | зниження ресурсної бази            |

На мою думку, ключовою проблемою для провідних країн Європи є не просто забезпечення зростання туристичних потоків, а підтримання балансу між обсягами відвідувань, якістю сервісу, стійкістю інфраструктури та довгостроковою монетизацією туристичного потенціалу. Саме від здатності держав і бізнесу вирішувати ці структурні проблеми залежатиме подальша динаміка міжнародних туристичних прибутків.

Отже, основні проблеми формування туристичних прибутків у країнах Європи пов'язані із сезонністю, інфляцією, кадровим дефіцитом, overtourism, безпековими ризиками та зростанням вимог до сталого розвитку. Їх подолання потребує впровадження нових управлінських підходів, диверсифікації туристичного продукту та посилення стратегічного планування розвитку дестинацій.

### 3.2 Напрями підвищення ефективності туристичної діяльності

Підвищення ефективності туристичної діяльності в країнах Європи є ключовою умовою зростання міжнародних туристичних прибутків, посилення конкурентних позицій на глобальному ринку та забезпечення довгострокової

стійкості туристичної сфери. В умовах сучасних викликів стратегічні напрями розвитку повинні бути орієнтовані не лише на збільшення кількості туристів, а насамперед на зростання середнього доходу від одного відвідувача, подовження тривалості перебування та підвищення якості туристичного продукту [9; 14].

Одним із пріоритетних напрямів є диверсифікація туристичного продукту, яка передбачає розвиток нових видів туризму: медичного, гастрономічного, подієвого, екологічного, освітнього, ділового та цифрового nomad tourism. Саме диверсифікація дозволяє зменшити сезонність, розширити цільову аудиторію та збільшити середній чек туриста [1; 10].

Таблиця 3.4

#### Ключові напрями підвищення ефективності туристичної діяльності

| Напрямок                   | Основний зміст              | Очікуваний результат        |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Диверсифікація турпродукту | нові види туризму           | зростання середнього доходу |
| Цифровізація               | AI, smart tourism, apps     | підвищення conversion rate  |
| Зменшення сезонності       | year-round tourism          | стабільні cash-flow         |
| Sustainable tourism        | green standards             | довгострокова стійкість     |
| Premiumization             | luxury & experience economy | higher spending per tourist |

Важливим напрямом є цифрова трансформація туристичної діяльності, яка вже стала одним із головних драйверів зростання доходів у провідних країнах Європи. Використання big data, AI-аналітики, динамічного ціноутворення, smart city solutions, mobile travel ecosystems та автоматизованих CRM-систем дає можливість персоналізувати туристичний продукт, підвищувати лояльність клієнтів і стимулювати додаткові витрати [11; 15].

Особливо перспективним є впровадження dynamic pricing strategies, які дозволяють гнучко змінювати ціни залежно від попиту, сезону, подій, рівня завантаження та профілю туриста. Такий підхід уже активно використовується у Франції, Іспанії та Німеччині, забезпечуючи максимізацію доходів у пікові періоди [14; 24].

Таблиця 3.5

## Інструменти цифрового підвищення ефективності туристичних доходів

| Інструмент             | Механізм дії             | Ефект                    |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Dynamic pricing        | адаптація цін до попиту  | максимізація revenue     |
| AI personalization     | індивідуальні пропозиції | higher conversion        |
| CRM loyalty systems    | repeat visits            | стабільні доходи         |
| Smart destination apps | cross-selling послуг     | зростання витрат         |
| Predictive analytics   | прогноз сезонності       | оптимізація завантаження |

Другим важливим стратегічним напрямом є подолання сезонності через розвиток цілорічного туризму. Для цього доцільно посилювати культурний, подієвий, wellness-, MICE- та міський туризм у міжсезоння. Наприклад, Іспанія та Італія активно розвивають фестивальний і гастрономічний туризм у весняно-осінній період, що дозволяє вирівнювати надходження протягом року [3; 13].

Окремої уваги заслуговує підвищення якості туристичного сервісу та кадрового потенціалу. Інвестиції у професійну підготовку персоналу, digital-skills, customer experience management та multilingual support directly впливають на середній чек, частоту повторних візитів і міжнародний імідж destination [5; 19].

В сучасних умовах особливо ефективним є розвиток sustainable tourism models, які поєднують економічну вигоду та екологічну стійкість. Впровадження green transport, eco-certification, smart energy management, local supply chains та carbon-neutral travel products дозволяє залучати туристів із високою платоспроможністю, які готові витратити більше на екологічно відповідальний продукт [1; 4].

Таблиця 3.6

Авторські пропозиції щодо підвищення туристичних прибутків у країнах Європи

| Пропозиція | Практичне значення | Очікуваний ефект |
|------------|--------------------|------------------|
|------------|--------------------|------------------|

|                                 |                          |                               |
|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| розвиток experiential tourism   | унікальні емоції         | зростання витрат туриста      |
| premium city pass               | інтеграція luxury-послуг | збільшення доходів міст       |
| AI-driven destination marketing | точне таргетування       | зростання міжнародного попиту |
| розвиток low-season events      | вирівнювання сезонності  | стабільні доходи              |
| smart sustainability programs   | екологічний бренд        | premium audience              |

На мою думку, найбільш результативним для країн Європи є поєднання цифровізації, диверсифікації туристичного продукту та premiumization destination strategy, оскільки саме ці напрями забезпечують не просто приріст туристів, а зростання дохідності кожного туристичного потоку.

Отже, підвищення ефективності туристичної діяльності в країнах Європи має базуватися на диверсифікації послуг, цифровій трансформації, розвитку цілорічного туризму, інвестиціях у персонал та впровадженні sustainable tourism models. Реалізація запропонованих напрямів сприятиме зростанню міжнародних туристичних прибутків, підвищенню конкурентоспроможності європейських дестинацій та зміцненню їх позицій на світовому туристичному ринку.

### 3.3 Перспективи розвитку міжнародного туризму в Європі

Перспективи розвитку міжнародного туризму в Європі в найближчі роки визначатимуться комплексом економічних, технологічних, соціальних, екологічних та політичних чинників, що формують нову архітектуру світового туристичного ринку. Європа традиційно займає провідні позиції у сфері міжнародного туризму завдяки високій концентрації культурно-історичних ресурсів, розвиненій інфраструктурі, транспортній доступності та різноманітності туристичних продуктів. Саме тому в умовах післякризового відновлення та глобальної трансформації туристичного попиту регіон



зберігатиме роль одного з головних центрів міжнародних туристичних потоків і доходів [12; 14; 24].

За прогнозами міжнародних організацій, у 2026–2030 роках кількість міжнародних подорожей до країн Європи стабільно зростатиме. Водночас головною тенденцією стане зміщення акценту від кількісного зростання до підвищення економічної ефективності туристичних потоків. Для європейських країн дедалі більшого значення набуватиме не просто кількість туристів, а рівень їх витрат, тривалість перебування, повторність візитів та структура споживання туристичних послуг.

Однією з найважливіших перспектив є посилення ролі персоналізованого туристичного продукту. Туристи дедалі більше орієнтуються на індивідуальні маршрути, тематичні подорожі, локальні враження, авторські тури, подієві формати та персоналізований сервіс. Це створює умови для зростання середнього чеку та збільшення доходів туристичних підприємств.

Таблиця 3.7

**Ключові перспективні тенденції розвитку міжнародного туризму в Європі до 2030 р.**

| Тенденція                     | Сутність                          | Вплив на туристичні прибутки |
|-------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| персоналізований туризм       | індивідуальні маршрути            | зростання витрат туриста     |
| сталий туризм                 | екологічно відповідальні подорожі | підвищення дохідності        |
| туризм вражень                | локальні емоційні формати         | зростання середнього чеку    |
| поєднання роботи і відпочинку | подовження поїздок                | збільшення витрат            |
| довготривале проживання       | дистанційна робота                | стабільні міські доходи      |

Особливо перспективним для Європи буде розвиток міського туризму нового покоління, який поєднує культурний відпочинок, гастрономічний досвід, ділові події, шопінг, фестивалі, спортивні заходи та індивідуалізовані цифрові

сервіси. Такі міста, як Париж, Барселона, Відень, Прага, Амстердам, Рим і Берлін, мають усі передумови для подальшого зростання туристичних прибутків завдяки розвитку міських туристичних екосистем.

Окремою перспективою є розширення сегмента довготривалих поїздок, пов'язаних із дистанційною зайнятістю, навчанням, медичними послугами та тимчасовим проживанням. Такий формат формує стійкі доходи для міст у сфері житла, транспорту, громадського харчування, дозвілля та культурних послуг.

Не менш важливою є перспектива розвитку регіонального та локального туризму всередині Європи. У найближчі роки очікується зростання популярності менших міст, історичних регіонів, сільських територій, природних парків і курортних зон, які раніше перебували поза головними міжнародними маршрутами. Це сприятиме більш рівномірному територіальному розподілу туристичних доходів.

Таблиця 3.8

**Перспективні напрями зростання туристичних доходів за видами туризму**

| Вид туризму    | Потенціал до 2030 р. | Основне джерело доходів |
|----------------|----------------------|-------------------------|
| культурний     | високий              | музеї, екскурсії, події |
| медичний       | високий              | лікування, реабілітація |
| гастрономічний | дуже високий         | локальні маршрути       |
| екологічний    | дуже високий         | природні території      |
| діловий        | стабільний           | конференції, форуми     |
| рекреаційний   | стабільний           | курорти та відпочинок   |

Суттєву роль у перспективному розвитку відіграватиме державна туристична політика країн Європи. Підтримка інновацій у туризмі, розвиток транспортної доступності, цифрових платформ, збереження культурної спадщини, просування національного бренду та стимулювання інвестицій у туристичну інфраструктуру створюватимуть основу для подальшого зростання доходів.

Окрему увагу слід приділити розвитку екологічно відповідального туризму, який у найближчі роки стане одним із найприбутковіших сегментів. Туристи дедалі частіше надають перевагу DESTИНАЦІЯМ, які дотримуються принципів збереження довкілля, використовують відновлювану енергію, підтримують місцеві громади та забезпечують збереження природної й культурної спадщини.

Таблиця 3.9

### Регіональні перспективи розвитку туристичних прибутків у Європі

| Регіон Європи      | Основна перспектива                  | Очікувана тенденція    |
|--------------------|--------------------------------------|------------------------|
| Південна Європа    | рекреаційний і гастрономічний туризм | високі темпи зростання |
| Західна Європа     | культурний і діловий туризм          | стабільне лідерство    |
| Центральна Європа  | міський та подієвий туризм           | швидке зростання       |
| Північна Європа    | екотуризм                            | високий середній чек   |
| Балканський регіон | нові доступні DESTИНАЦІЇ             | зростання популярності |

Ще одним важливим перспективним напрямом є поглиблення цифровізації туристичних сервісів. У 2030 році більшість бронювань, маршрутів, туристичних консультацій, квитків та сервісів підтримки повністю інтегруватимуться в єдині цифрові системи. Це дозволить суттєво підвищити рівень зручності для туриста та збільшити доходи за рахунок супутніх продажів.

Таблиця 3.10

### Авторський прогноз розвитку міжнародних туристичних прибутків у Європі до 2030 р.

| Показник                                 | 2025 | 2030<br>(прогноз) | Тенденція |
|------------------------------------------|------|-------------------|-----------|
| Кількість міжнародних туристів, млн осіб | 760  | 890               | зростання |

|                                            |     |      |                       |
|--------------------------------------------|-----|------|-----------------------|
| Доходи від міжнародного туризму, млрд дол. | 420 | 560  | стійке зростання      |
| Середні витрати 1 туриста, дол.            | 980 | 1150 | підвищення дохідності |
| Частка онлайн-бронювань, %                 | 68  | 88   | цифровізація          |
| Частка екотуризму, %                       | 14  | 26   | сталий розвиток       |

Водночас розвиток міжнародного туризму в Європі залежатиме від здатності країн швидко адаптуватися до нових глобальних викликів: кліматичних змін, безпекових ризиків, зростання енергетичних витрат, посилення конкуренції з боку Азії та Близького Сходу, а також зміни демографічної структури туристичного попиту.

На мою думку, до 2030 року міжнародний туризм у Європі остаточно перейде до моделі високої дохідності, де головними джерелами прибутків стануть персоналізовані послуги, довготривалі формати подорожей, сталий розвиток, туризм вражень, міський туризм та цифрові сервіси.

Отже, перспективи розвитку міжнародного туризму в Європі до 2030 року характеризуються високим потенціалом зростання, структурною модернізацією туристичного продукту, регіональною диверсифікацією потоків, посиленням ролі державної політики та інноваційних технологій. Реалізація цих напрямів сприятиме суттєвому зростанню міжнародних туристичних прибутків і зміцненню позицій Європи на світовому туристичному ринку.

## ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі проведено комплексне дослідження міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи, узагальнено теоретичні підходи до їх оцінки, здійснено аналітичне дослідження сучасної динаміки та розроблено практичні рекомендації щодо підвищення ефективності туристичної діяльності.

У першому розділі було розкрито сутність міжнародних туристичних прибутків як важливого економічного показника, що відображає доходи країни від витрат іноземних туристів на проживання, харчування, транспорт, культурно-розважальні послуги, shopping та інші супутні сервіси. Встановлено, що міжнародні туристичні прибутки є не лише фінансовим результатом функціонування туристичної галузі, а й інтегральним індикатором конкурентоспроможності країни, рівня розвитку її туристичної інфраструктури, ефективності маркетингової політики та якості туристичного продукту.

У роботі систематизовано основні методичні підходи до оцінки туристичних прибутків, серед яких визначено статистичний, макроекономічний, порівняльно-аналітичний та цифрово-аналітичний. Обґрунтовано доцільність використання комплексного підходу, що поєднує офіційну міжнародну статистику, економічні показники та порівняльний аналіз для дослідження провідних країн Європи.

За результатами дослідження факторів впливу встановлено, що формування міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи визначається сукупністю інфраструктурних, ресурсних, цінових, маркетингових, безпекових та глобальних чинників. Ключове значення мають рівень транспортної доступності, якість готельно-ресторанного сектору, культурно-історичний потенціал, міжнародний бренд країни та здатність дестинацій адаптуватися до сучасних викликів.

У другому розділі проведено аналіз динаміки міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи за 2019–2024 рр. Встановлено, що у 2020 році внаслідок пандемії COVID-19 відбулося різке скорочення туристичних доходів у всіх досліджуваних країнах, однак уже з 2022 року розпочалося стійке відновлення. У 2024 році провідними країнами за обсягами міжнародних

туристичних прибутків стали Іспанія, Франція, Італія та Німеччина, які не лише досягли докризового рівня, а й у більшості випадків його перевищили.

Порівняльний аналіз туристичних доходів показав, що різні країни Європи використовують відмінні моделі формування прибутків. Іспанія забезпечує лідерство за рахунок масового рекреаційного туризму, Франція – через luxury-, shopping- та cultural tourism, Італія – завдяки культурно-гастрономічному продукту, а Німеччина – за рахунок високодохідного business- та MICE-туризму. Встановлено, що найбільш ефективними з позиції доходу на одного туриста є Німеччина та Італія.

Оцінка впливу сучасних викликів дозволила визначити, що на розвиток міжнародних туристичних прибутків суттєво впливають інфляція, геополітичні ризики, енергетичні витрати, цифровізація та зростання попиту на sustainable tourism. Доведено, що, попри негативний вплив зовнішніх ризиків, цифрова трансформація та premiumization туристичних послуг створюють нові можливості для зростання доходів.

У третьому розділі виявлено основні проблеми формування туристичних прибутків у країнах Європи, серед яких визначено сезонність, overtourism, кадровий дефіцит, територіальну нерівномірність потоків, зростання собівартості послуг та екологічний тиск на дестинації. Обґрунтовано, що ці проблеми мають системний характер і безпосередньо впливають на довгострокову стійкість туристичних доходів.

На основі проведеного аналізу розроблено практичні напрями підвищення ефективності туристичної діяльності, до яких віднесено:

- диверсифікацію туристичного продукту;
- цифровізацію туристичних сервісів;
- розвиток year-round tourism;
- premiumization destination strategy;
- впровадження sustainable tourism models;
- використання AI-driven destination marketing;
- розвиток experiential tourism;

- підвищення якості сервісу та кадрового потенціалу.

Визначено, що найбільш перспективною для країн Європи є модель розвитку, орієнтована не на максимізацію туристичних потоків, а на зростання середнього доходу від одного туриста за рахунок високоякісного, персоналізованого та технологічно інтегрованого туристичного продукту.

У роботі також сформовано прогностні перспективи розвитку міжнародного туризму в Європі до 2030 року. Обґрунтовано, що основними драйверами подальшого зростання стануть AI tourism, bleisure travel, digital nomad tourism, eco-tourism, luxury tourism та experience economy, що дозволить суттєво підвищити міжнародні туристичні прибутки та зміцнити лідерські позиції Європи на світовому ринку туристичних послуг.

Таким чином, мету бакалаврської роботи досягнуто, поставлені завдання виконано повністю, а запропоновані рекомендації можуть бути використані для вдосконалення державної туристичної політики, стратегій розвитку дестинацій та підвищення конкурентоспроможності країн Європи у сфері міжнародного туризму.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Allied Market Research. Ecotourism Market Set for Explosive Growth, Expected to Generate USD 829.8 Billion by 2035. 2024. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/>
2. Bartkiv R. M. Туризм як форма міжкультурної взаємодії. Івано-Франківськ: НТБ, 2022. 165 с.
3. European Travel Commission. Trends & Prospects Report Q1/2024. 2024. URL: <https://etc-corporate.org/>
4. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). GSTC Standards, Certifications, Training. 2025. URL: <https://www.gstc.org/>
5. Gudzynskyi O. Ya. Управління туристичною діяльністю. Львів: Новий Світ, 2022. 256 с.
6. Gumeniuk I. I., Puhach O. V. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 312 с.
7. Hall C. M., Page S. J. The Geography of Tourism and Recreation. Routledge, 2020. 440 p.
8. Ivanenko S. M. Глобалізаційні процеси в туристичній галузі: виклики та перспективи // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2023. № 72. С. 211–217.
9. OECD. Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing, 2024. URL: [https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024\\_17ff33a3.html](https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html)
10. Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. Routledge, 2021. 254 p.
11. StartUs Insights. Top 9 Travel Trends & Innovations in 2025. 2024. URL: <https://www.startus-insights.com/>
12. UN Tourism. World Tourism Barometer. January 2025. Madrid, 2025. URL: <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
13. UN Tourism. International Tourism Highlights – 2024 Edition. 2024. URL: <https://www.unwto.org>



14. World Travel & Tourism Council (WTTC). Travel & Tourism Economic Impact 2025: Global Trends. 2025. URL: <https://researchhub.wttc.org/product/travel-tourism-economic-impact-2025-global-trends>
15. World Travel & Tourism Council (WTTC). Technology Game Changers: Future Trends in Travel & Tourism. 2025. URL: <https://wttc.org/>
16. Бідюк П. Д. Туризмознавство: навч. посіб. Київ: Кондор, 2020. 352 с.
17. Гуцуляк С. І. Державне регулювання розвитку міжнародного туризму в Україні // Ефективна економіка. 2023. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10580>
18. Дутчак Г. В. Туризм як фактор соціально-економічного розвитку держави // Економіка та суспільство. 2022. № 40. С. 102–108.
19. Економіка туристичних підприємств: навч. посіб. / за ред. Т. М. Грабар. Київ: Знання, 2021. 392 с.
20. Ільницький О. В. Економіка і організація міжнародного туризму. Київ: Ліра-К, 2020. 316 с.
21. Ковальова Г. В. Стійкий розвиток туризму: теорія і практика. Харків: Університет ім. Каразіна, 2020. 328 с.
22. Козак Ю. Г., Лещенко І. А. Міжнародна економіка: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2022. 456 с.
23. Шевченко І. Г. Міжнародний маркетинг у сфері туризму. Київ: НАУ, 2021. 312 с.
24. World Travel & Tourism Council. Global Travel & Tourism to Reach New Heights in 2025. 2025. URL: <https://wttc.org/news/global-travel-and-tourism-to-reach-new-heights-in-2025>
25. UN Tourism. Tourism Data Dashboard | Key Indicators. 2025. URL: <https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

**Аналітичні показники міжнародних туристичних прибутків  
провідних країн Європи у 2024 р.**

| Країна     | Кількість міжнародних туристів, млн осіб | Доходи від туризму, млрд дол. США | Середні витрати 1 туриста, дол. | Частка туризму у ВВП, % |
|------------|------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| Іспанія    | 94,0                                     | 106,5                             | 1133                            | 12,8                    |
| Франція    | 100,0                                    | 77,1                              | 771                             | 8,9                     |
| Італія     | 64,5                                     | 58,7                              | 910                             | 10,4                    |
| Німеччина  | 39,8                                     | 56,3                              | 1415                            | 7,2                     |
| Греція     | 36,0                                     | 28,4                              | 789                             | 13,5                    |
| Португалія | 29,1                                     | 24,7                              | 849                             | 11,9                    |

Джерело: сформовано автором на основі UN Tourism, WTTC, OECD [9; 12; 14].

## ДОДАТОК Б

### Матриця сучасних викликів і перспектив розвитку міжнародного туризму в Європі

| Чинник                                       | Поточний вплив                  | Перспектива до 2030 р.                    |
|----------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------|
| Інфляція                                     | скорочення тривалості подорожей | стабілізація преміального сегмента        |
| Цифровізація                                 | зростання онлайн-бронювань      | екосистема ШП-туризму                     |
| Екотуризм                                    | зростання попиту на екопослуги  | «зелена» економіка туристичних дестинацій |
| Поєднання ділового та відпочинкового туризму | подовження бізнес-поїздок       | стабільне зростання доходів               |
| Цифрові кочівники                            | довготривале перебування        | нова база міських доходів                 |
| Преміальний туризм                           | зростання середнього чеку       | преміалізація туристичних дестинацій      |

Джерело: авторська розробка на основі проведеного дослідження.

## ДОДАТОК В

### Авторські рекомендації щодо підвищення міжнародних туристичних прибутків у країнах Європи

| Напрямок                                    | Інструмент реалізації                                               | Очікуваний результат                                |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| зменшення сезонності                        | фестивалі та події у міжсезоння                                     | вирівнювання доходів протягом року                  |
| підвищення дохідності туристичного продукту | преміальні туристичні пакети, персональний супровід                 | зростання витрат одного туриста                     |
| цифровізація туристичних послуг             | штучний інтелект, системи управління клієнтами, прогнозна аналітика | зростання рівня бронювань                           |
| сталий розвиток туризму                     | екологічні стандарти                                                | зростання попиту на екологічний туристичний продукт |
| розвиток туризму вражень                    | локальні унікальні маршрути та активності                           | збільшення повторних візитів                        |
| підвищення доходів міст                     | міські туристичні картки з розширеним доступом до послуг            | зростання доходів міст                              |

Джерело: розроблено автором.