

ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

©2026 **ЛЕЖЕПЬОКОВА В. Г., ПОСІЩУК М. Ю.**УДК 339.56:338.48(477)
JEL Classification: F14; Z32**Лежєпєкова В. Г., Посіщук М. Ю.**

Перспективи участі України у світовому ринку туристичних послуг

Здійснено ретроспективний аналіз світового експорту туристичних послуг, що дозволило ідентифікувати ключові фази його динаміки: стабільне допандемічне зростання, глибокий структурний шок 2020–2021 рр. та період відновлення. Проаналізовано коливання обсягів міжнародних туристичних прибуттів у країнах-лідерах галузі під час пандемічної кризи та у період посткризового відновлення глобального ринку. Дослідження динаміки в'їзного потоку України дозволило виявити специфічну якісну перебудову ринку в період повномасштабної війни: стрімке скорочення фізичних обсягів прибуттів на тлі значного зростання середніх витрат на одного відвідувача, що пояснюється зміною структури потоку. Визначено роль цифровізації як провідного глобального драйвера модернізації та підвищення конкурентоспроможності міжнародного туризму. Обґрунтовано потенціал повернення України на глобальний ринок туристичних послуг на основі її конкурентних переваг, зокрема високої цифрової готовності та диверсифікованого ресурсного базису. Виокремлено ключові стратегічні напрями поствоєнного відродження туристичного сектора України, серед яких інфраструктурна модернізація, розвиток спеціалізованих видів туризму та екологічних маршрутів, національний брендинг та інституційна гармонізація стандартів із вимогами ЄС і UN Tourism. На основі методів прогностичного моделювання обґрунтовано три сценарії (оптимістичний, базовий і помірний) відновлення в'їзного туризму України на період до 2030 року. Доведено, що за умови реалізації оптимістичної моделі та припинення активних воєнних дій обсяг туристичного потоку має потенціал сягнути 12 млн осіб, забезпечуючи стійкий внесок у ВВП та загальний експорт послуг країни.

Ключові слова: туристичні послуги; міжнародна торгівля; країни лідери туристичного ринку; туристичні потоки; міжнародний в'їзний туризм.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2026-2-109-116>**Рис.:** 2. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 20.

Лежєпєкова Вікторія Геннадіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри світової економіки, Державний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: v.lezhepokova@knute.edu.ua**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-4253-6885>

Посіщук Маргарита Юріївна – студент, Державний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: m.posishchuk_fmtp_15_24_b_d@knute.edu.ua**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0002-3747-4050>

UDC 339.56:338.48(477)

JEL Classification: F14; Z32

Lezhepokova V. H., Posishchuk M. Y. Prospects of Ukraine's Participation in the World Market of Tourist Services

The article is devoted to examining global and national trends in international trade in tourism services, identifying contemporary drivers of the industry's development, and establishing strategic priorities and predictive recovery scenarios for Ukraine's tourism sector for the 2026–2030 period. A retrospective analysis of global tourism services exports was conducted, allowing for the identification of the key phases of its dynamics: stable pre-pandemic growth, the deep structural shock of 2020–2021, and the subsequent recovery period. Fluctuations in international tourist arrivals across the industry-leading countries during the pandemic crisis and the post-crisis regeneration of the global market were thoroughly analyzed. The study of Ukraine's inbound tourism flow dynamics revealed a specific qualitative restructuring of the market during the full-scale war: a sharp contraction in physical arrival volumes coupled with a substantial increase in average expenditure per visitor, which is attributed to a profound shift in the arrival stream structure. The role of digitalization is defined as a leading global driver for modernization and enhancing the competitiveness of international tourism. Ukraine's potential to reintegrate into the global tourism services market is substantiated based on its competitive advantages, notably its high digital readiness and diversified resource base. Key strategic avenues for the post-war revival of Ukraine's tourism sector are outlined, including infrastructural modernization, the development of specialized types of tourism and ecological routes, national branding, and the institutional harmonization of standards with EU and UN Tourism requirements. Utilizing predictive modeling methods, three scenarios (optimistic, baseline, and moderate) for the recovery of inbound tourism in Ukraine for the period up to 2030 are justified. It is demonstrated that under the optimistic model and the cessation of active hostilities, the tourist flow volume has the potential to reach 12 million arrivals, ensuring a sustainable contribution to GDP and the country's total services exports.

Keywords: tourist services; international trade; leading countries of the tourist market; tourist flows, inbound tourism.

Fig.: 2. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 20.

Lezhepokova Viktoriia H. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of World Economy, State University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: v.lezhepokova@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4253-6885>

Posishchuk Margarita Yu. – Student, State University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: m.posishchuk_fmtp_15_24_b_d@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3747-4050>

Вступ. Міжнародна торгівля туристичними послугами є однією з динамічних і прибуткових сфер світового господарства, що формує значну частку глобального експорту послуг і відіграє важливу роль у забезпеченні економічного зростання багатьох країн. Туризм впливає на розвиток суміжних галузей – транспорту, готельно-ресторанного бізнесу, страхування, роздрібною торгівлі, культури та інфраструктури, що зумовлює його мультиплікативний ефект у світовій економіці.

Актуальність дослідження міжнародної торгівлі туристичними послугами зумовлена зростанням ролі туристичної індустрії в сучасній світовій економіці та її значним впливом на соціально-економічний розвиток країн. Туризм є одним із найбільших секторів глобального ринку послуг, який забезпечує значний внесок у формування ВВП, створення робочих місць, збільшення валютних надходжень та стимулювання розвитку суміжних галузей. У контексті поглиблення глобалізаційних процесів туристична мобільність населення, розширення географії подорожей та підвищення якості туристичних продуктів стають ключовими чинниками конкурентоспроможності національних економік.

Сучасні трансформаційні процеси у сфері міжнародної торгівлі туристичними послугами визначають як загальні тенденції відновлення сектора після пандемії COVID-19, так і високі ризики, пов'язані з регіональною безпековою ситуацією. Для України, що опинилася у виняткових умовах повномасштабної війни, питання перспектив входження у світовий ринок туристичних послуг має стратегічне значення. Післявоєнний період стане вирішальним для формування оновленої моделі туристичного сектора, яка забезпечить конкурентоспроможність, привабливість для іноземних туристів та відповідність міжнародним стандартам сталого розвитку.

Міжнародні дослідження (UN Tourism, WTTC, WTO) [1; 2; 3] свідчать, що туристичний сектор є одним із найшвидших механізмів економічного відновлення країн, які постраждали від конфліктів. Туризм часто виступає каталізатором реконструкції інфраструктури, джерелом валютних надходжень, стимулятором створення робочих місць і мультиплікатором для суміжних галузей – транспорту, HoReCa, культури, соціальних послуг. Отже, відновлення та розвиток туристичного сектора України в поствоєнний період може стати одним із ключових драйверів загальної економічної стабілізації та інтеграції у світовий ринок послуг.

Метою статті є дослідження глобальних та національних трендів міжнародної торгівлі туристичними послугами, ідентифікація сучасних чинників розвитку галузі та формування стратегічних пріоритетів і прогнозних сценаріїв відновлення туристичного сектора України у 2026–2030 рр.

Методологічну основу статті становить комплекс загальнонаукових та спеціальних методів економічного аналізу, що дозволило забезпечити системність та об'єктивність результатів: метод ретроспективного аналізу, методи економіко-статистичного моделювання та метод узагальнення.

Викладення основного матеріалу й результатів дослідження. У архітектоніці сучасних міжнародних економічних відносин індустрія туризму посідає одне з ключових місць. Це зумовлено тим, що транскордонна торгівля туристичними послугами виходить за межі суто комерційної взаємодії, виступаючи потужним каталізатором політичної, економічної та соціокультурної конвергенції держав. Під туристичними послугами розуміють матеріальні та нематеріальні блага, що використовуються для задоволення потреб туристів: транспортне обслуговування, розміщення, харчування, культурні, спортивні та розважальні послуги. Відповідно до Закону України «Про туризм» № 324/95-ВР, туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує щонайменше дві такі послуги та реалізується за визначеною ціною (послуги перевезення, розміщення, відвідування культурно-розважальних об'єктів тощо) [4].

На формування розвитку туризму впливають численні взаємопов'язані чинники, які охоплюють усі напрями функціонування галузі. У науковій праці [5] наведено та систематизовано основні фактори розвитку туризму:

1. Природно-екологічні: кліматичні умови, ландшафтна привабливість, природні ресурси.
2. Соціально-економічні: доступність якісного проживання, харчування, транспортної інфраструктури, можливість активного відпочинку.
3. Історико-культурні: пам'ятки, історичні центри, культурні події.
4. Релігійні: місця паломництва, що генерують стійкі туристичні потоки.

Окреме місце посідають політичні фактори, про негативний вплив яких на двосторонні туристичні потоки наголошено у дослідженні [6]. Автори доводять, що санкції, торговельні суперечки, візові обмеження та регіональні збройні конфлікти значно знижують інтенсивність туристичних потоків, ускладнюють міжнародну співпрацю та гальмують розвиток туристичних ринків.

Не менш значущим фактором розвитку є цифровізація економіки, що формує нові можливості для туристичної індустрії. Світовий ринок туристичних технологій досяг обсягу 10,7 млрд дол. США у 2024 році, а прогноз зростання становить 6,05% у 2025–2033 роках [7]. Автоматизація процесів бронювання, цифрові платформи, онлайн-сервіси й мобільні застосунки підвищують ефективність обслуговування туристів і знижують витрати компаній. Водночас

цифровізація породжує нові виклики - кібербезпеку, захист персональних даних та ризики витоку інформації.

Регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами здійснюється комплексом міжнародних інституцій та правових механізмів, центральне місце серед яких посідають Світова організація торгівлі (СОТ), Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) та Всесвітня туристична організація (ЮНВТО). Особливість туристичної сфери полягає в тому, що вона поєднує транскордонний рух споживача й активну участь великої кількості суб'єктів господарювання, тому потребує спеціальних регуляторних інструментів, які забезпечують передбачувані умови доступу на ринок, прозорість процедур та збалансованість інтересів держав-учасниць.

СОТ відіграє ключову роль у формуванні системи регулювання саме туристичних послуг, в офіційній класифікації вона виділяє окремий підсектор «Tourism and travel-related services», що охоплює готельні та ресторани, послуги гідів, бронювання та інші пов'язані сервіси. Така диференціація дозволяє державам-членам формувати специфічні зобов'язання щодо доступу на ринок у туристичному секторі та визначати умови конкуренції між національними й іноземними постачальниками. Особливе значення мають регуляторні механізми СОТ у періоди глобальних криз. Робоча доповідь СОТ ERSД-2020-11, присвячена впливу пандемії COVID-19 на міжнародну торгівлю туристичними послугами, засвідчує, що 90 % держав-членів упровадили тимчасові регуляторні заходи підтримки сектора, серед яких спрощення процедур доступу на ринок, тимчасові дерегуляційні рішення та програми фінансової стабілізації туристичних компаній [8]. Це підтверджує здатність СОТ адаптувати регуляторні механізми до нових викликів та забезпечувати координацію політики держав у сфері туристичних послуг.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) виконує функції спеціалізованої установи ООН у сфері туризму. ЮНВТО формує міжнародні стандарти вимірювання та аналізу туристичних потоків, розробляє рекомендації щодо регулювання туристичної діяльності та визначає

стратегічні пріоритети сталого розвитку, цифровізації, підготовки кадрів, інновацій та інвестицій у сектор. На відміну від діяльності СОТ, яка формує загальні правила функціонування світового ринку послуг, ЮНВТО забезпечує спеціалізоване галузеве регулювання, що враховує специфіку туристичної індустрії.

Міжнародна торгівля туристичними послугами впродовж останнього десятиліття зазнала істотних структурних трансформацій, зумовлених як стійкою докризовою динамікою зростання, так і безпрецедентними зовнішніми шоками, насамперед пандемією COVID-19. У 2015–2019 рр. обсяги світового експорту туристичних послуг демонстрували стале зростання, що було пов'язано з підвищенням глобальної мобільності населення, розширенням пропозиції туристичних продуктів та посиленням інвестицій у туристичну інфраструктуру.

Для відображення загальних тенденцій динаміки світового експорту туристичних послуг доцільно проаналізувати річні показники, наведені на рис. 1.

Аналіз даних рис. 1 дає змогу встановити характерні фази розвитку світового туристичного сектора. У 2015–2019 рр. обсяги експорту туристичних послуг зросли майже на 46 %, що відповідає середньорічному темпу зростання на рівні 7–8 %. Кризовий період 2020–2021 рр. спричинив найзначніше падіння за всю історію статистичних спостережень: експорт скоротився удвічі, імпорт - приблизно на 40 %. Пандемія COVID-19 стала найбільшим потрясінням у сфері міжнародної торгівлі туристичними послугами за всю історію спостережень UN Tourism. У 2020 р. глобальні туристичні потоки скоротилися на понад 70 %, а обсяги експорту туристичних послуг упали удвічі порівняно з докризовим рівнем [1]. Це призвело до структурного шоку у таких ключових центрах туризму, як Іспанія, Італія, Греція та Франція (табл. 1). Іспанія, одна з найбільш залежних від туризму економік Європи, втратила близько 65 млрд дол. США доходів через обмеження мобільності та закриття кордонів. Подібні тенденції спостерігалися у Таїланді – одній із країн Азії, що має одну з найвищих у світі часток туризму у ВВП: зниження обсягів туристичних надходжень до -80 % у 2020 р. З 2022 р. розпочалося поступове від-

Динаміка світового експорту млрд дол. США

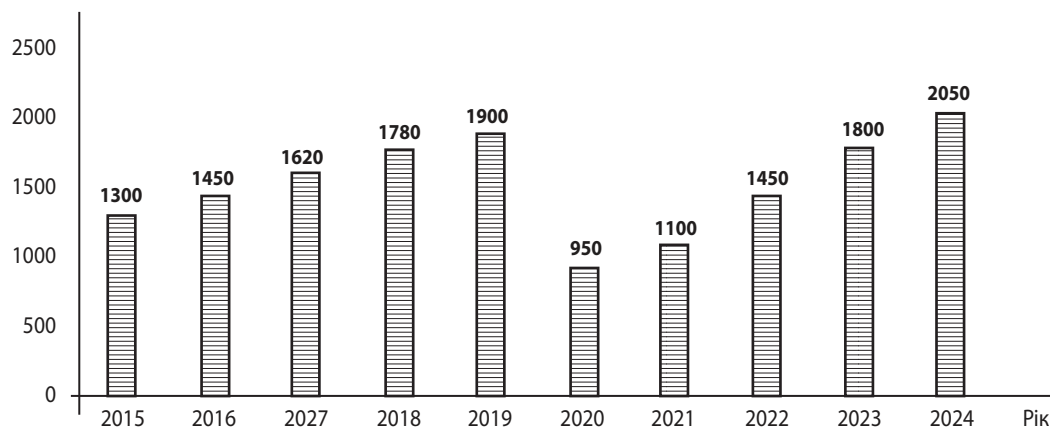


Рис. 1. Динаміка світового експорту туристичних послуг у 2015–2024 рр.

Джерело: побудовано за [9]

новлення, яке у 2023–2024 рр. привело до майже повного повернення докризових показників і часткового їх перевищення.

Розвиток міжнародної торгівлі туристичними послугами України у 2015–2024 рр. характеризується хвилюватою динамікою, що зумовлена поєднанням внутрішніх структурних трансформацій та зовнішніх шоків. Упродовж 2015–2019 рр. спостерігався етап поступового відновлення туристичної галузі після попередніх кризових явищ і воєнних подій на сході України: збільшувалися обсяги в'їзного та виїзного туризму, розширювалася пропозиція туристичних продуктів, активізувалися інвестиції у туристичну інфраструктуру [11; 12; 13].

Період 2020–2021 рр. став фазою різкого спаду, пов'язаного насамперед із пандемією COVID-19, яка призвела до обмеження міжнародної мобільності, закриття кордонів і тимчасової зупинки значної частини туристичних потоків [8].

У 2022–2024 рр. на динаміку експорту та імпорту туристичних послуг додатково вплинуло розгортання повномасштабної російсько-української війни, що зумовило

перерозподіл туристичних потоків, релокацію населення та зміщення акцентів у бік внутрішнього й вимушеного виїзного туризму [14; 15; 16].

Для оцінки масштабів трансформації туристичних потоків в Україну доцільно проаналізувати статистичні дані, наведені у табл. 2.

Аналіз динаміки міжнародних туристичних потоків в Україну протягом 2018–2024 рр. (табл. 2) дозволяє чітко виокремити три ключові етапи трансформації: допандемічний, пандемічний та воєнний.

Базовий 2018 рік характеризувався високим рівнем туристичної мобільності – 14,2 млн прибуттів, що забезпечувало Україні близько 1% світового ринку. Проте спалах пандемії COVID-19 у 2020 році призвів до рецесії: потік іноземців скоротився на 77% (до 3,1 млн осіб). У 2021 році спостерігалася часткове відновлення (+26%), після чого повномасштабна війна 2022 року завдала нового катастрофічного удару, спричинивши падіння прибуттів на 45%, а частка країни у світовому потоці впала до 0,2%. Протягом 2023–2024 рр. фіксується слабка позитивна динаміка відновлення прибуттів (на 8% та 6% відповідно).

Таблиця 1

Топ-10 країн лідерів туристичного ринку (кількість міжнародних туристичних прибуттів, млн осіб)

№	Країна	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Франція	90,9	41,7	48,4	93,2	100	102
2	Іспанія	83,5	18,9	31,2	71,7	85,2	93,8
3	США	79,4	19,2	22,3	50,9	66,3	72,4
4	Туреччина	51,2	15,9	29,9	50,5	55,2	60,6
5	Італія	64,5	25,2	26,9	49,8	57,2	57,7
6	Мексика	45	24,8	31,9	38,3	41,9	45
7	Велика Британія	39,4	10,7	6,3	30,7	37,2	41,8
8	Німеччина	39,6	12,4	11,7	28,5	34,8	37,5
9	Японія	31,9	4,1	0,25	3,8	25,1	36,9
10	Греція	31,3	7,4	14,7	27,8	32,7	36

Джерело: побудовано за [10]

Таблиця 2

Динаміка міжнародних туристичних потоків в Україну за 2019–2024 рр.

Рік	Міжнародні туристичні прибуття (млн осіб)	Темп приросту / зниження порівняно з попереднім роком (%)	Частка від загального світового потоку (%)	Середнє надходження на одне туристичне прибуття	
				в Україні (USD)	Середнє світове (USD)
2018	14,2		1,0%	101,4	1015
2019	13,5	-5%	0,9%	120	1015
2020	3,1	-77%	0,8%	119,3	1400
2021	3,9	26%	0,9%	248,7	1410
2022	2,1	-45%	0,2%	371,4	1200
2023	2,3	8%	0,2%	413	1200
2024	2,4	6%	0,2%	466,6	1230

Джерело: сформовано за [17].

Цікавим фактом, зафіксованим у табл. 2, є стрімке зростання середніх надходжень на одне прибуття в Україні на тлі скорочення загального потоку. Якщо у 2019 році іноземний турист витратив в середньому 120 USD, то до 2024 року цей показник зріс майже вчетверо – до 466,6 USD. Цей тренд зумовлений докорінною зміною структури потоків: замість класичних короткострокових туристів країну відвідують іноземні журналісти, волонтери та представники гуманітарних місій, чий термін перебування та щоденні витрати є значно вищими.

До 2019 р. туристичні послуги поступово посилювали свої позиції в структурі експортних послуг України: частка зростає з 3,5 до 4,5 %, що узгоджується з висновками наукових досліджень щодо зростання значення туризму як складової експортного потенціалу національної економіки [18]. Пандемія COVID-19 і подальші воєнні події спричинили суттєве зниження цього показника у 2020–2024 рр., що вказує на тимчасове послаблення значення туристичного сектора на другорядні позиції у структурі зовнішньої торгівлі послугами.

Глобальним чинником впливу на розвиток міжнародної торгівлі туристичними послугами стала цифровізація, яка ще до пандемії поступово реформувала туристичний сектор, а після 2020 р. перетворилася на провідний драйвер модернізації. Впровадження цифрових інновацій дозволяє скоротити витрати туристичних компаній, підвищити якість обслуговування та розширити пропозицію туристичних послуг через створення віртуальних туристичних продуктів, що формують новий сегмент експортних можливостей. За даними UN Tourism, у 2023–2024 рр. понад 65 % туристичних бронювань у світі здійснювалися онлайн, а значна частка послуг (від гідів до музейних турів) набула формату цифрових або гібридних продуктів [1]. Країни-лідери, такі як США, Південна Корея та Сінгапур, активно інвестували у цифрові туристичні екосистеми – мобільні застосунки для подорожей, VR-послуги, штучний інтелект у туроператорській діяльності. Це забезпечило їх швидке відновлення постпандемічного туризму та зростання конкурентоспроможності.

Україна у цей період також демонструвала позитивні тенденції. Зокрема, розвиток онлайн-бронювань, електронних сервісів у готельному бізнесі та впровадження digital-маркетингу для просування туристичних дестинацій стали ключовими інструментами підтримки туристичного сектора під час війни. Проте розвиток цифрових сервісів в Україні значно обмежений пошкодженням інфраструктури, нестабільністю логістичних ланцюгів і зниженим інвестиційним потенціалом.

На відміну від більшості країн, які після пандемії поступово перейшли до фази відновлення, Україна у 2022–2024 рр. зіткнулася з унікальним викликом – повномасштабною війною. Воєнні дії, руйнування інфраструктури, погіршення безпекової ситуації та закриття авіапростору фактично призвели до зупинки класичного в'їзного туризму. Сектор змістився у напрямі внутрішнього туризму та виїзних переміщень, пов'язаних із вимушеною міграцією населення [14; 15].

Інтеграція України у світовий ринок туристичних послуг у післявоєнний період значною мірою залежатиме від

здатності країни поєднати принципи сталості з інноваційними формами туристичних сервісів. Як зазначають Остіан З. та Ніколаєнко Д. [15], відновлення експорту туристичних послуг стане можливим за умов модернізації туристичної інфраструктури, впровадження сучасних цифрових технологій і формування конкурентних туристичних продуктів, орієнтованих на міжнародний попит.

У прогнозах Всесвітньої туристичної організації зазначається, що Україна має потенціал повернутися на глобальний ринок туристичних послуг за умови системної відбудови інфраструктури та відновлення повітряного простору. Ключовими перевагами України є [16; 18; 19; 20]:

- різноманітність туристичних ресурсів (природних, культурних, історичних);
- конкурентна цінова політика;
- географічне розташування між Європою та Чорноморським регіоном;
- високий потенціал розвитку спеціалізованих видів туризму (військово-історичний, медичний, гастрономічний, екологічний);
- висока цифрова готовність, сформована завдяки розвитку ІТ-сервісам та платформам електронного врядування.

У післявоєнних умовах ці особливості можуть стати основою для переосмислення туристичної стратегії України та її позиціонування на світовому ринку. На основі узагальнення світових практик, аналітичних звітів WTTC і рекомендацій UN Tourism можна виокремити такі стратегічні напрями (табл. 3):

1. Відновлення та модернізація туристичної інфраструктури: реконструкція доріг, готельної інфраструктури, об'єктів культурної спадщини; створення сучасних туристичних просторів, туристичних хабів та візит-центрів.
2. Брендинг України як безпечного, сучасного та європейського туристичного напрямку: формування єдиного національного туристичного бренду; участь у міжнародних туристичних виставках; кампанії зі зміцнення міжнародної довіри після війни.
3. Цифровізація та розвиток смарт-туризму: створення національної туристичної цифрової платформи; розробка віртуальних турів, мобільних застосунків; автоматизація сервісів розміщення та транспорту.
4. Диверсифікація туристичного продукту: розвиток військово-історичних маршрутів за аналогією з Хорватією та країнами Балтії; стимулювання медичного й оздоровчого туризму; підтримка зеленого, екологічного та гастрономічного туризму.
5. Інституційна інтеграція та гармонізація стандартів з ЄС та UN Tourism: впровадження системи екологічної сертифікації; європейські стандарти безпеки та якості обслуговування.
6. Підтримка малого та середнього бізнесу в туризмі: гранти, програми кредитування, відновлення підприємництва у сфері NoReCa; стимулювання локальних ініціатив у громадах.

Прогноз динаміки відновлення туристичних потоків в Україну у 2025–2030 рр. зображений на рис. 2.

Таблиця 3

Стратегічні напрями розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами України

Напрямок розвитку	Зміст	Очікуваний ефект	Приклади міжнародних аналогів
Відбудова інфраструктури	Реконструкція готелів, доріг, музеїв, курортів	Зростання туристичних потоків, покращення інвестиційного клімату	Хорватія після війни 1990-х
Цифровізація	Нацплатформа туризму, смарт-інфраструктура	Підвищення доступності українського турпродукту	Сінгапур, Південна Корея
Розвиток спеціалізованих видів туризму	Медичний, військово-історичний, еко-туризм	Диверсифікація структури експорту послуг	Польща, Італія
Інституційна інтеграція з ЄС	Гармонізація стандартів, сертифікація	Європейський рівень сервісу, довіра туристів	Країни Балтії
Брендинг України	Комунікаційні кампанії, промоція	Підвищення міжнародної впізнаваності	Грузія, Ісландія

Джерело: узагальнено авторами

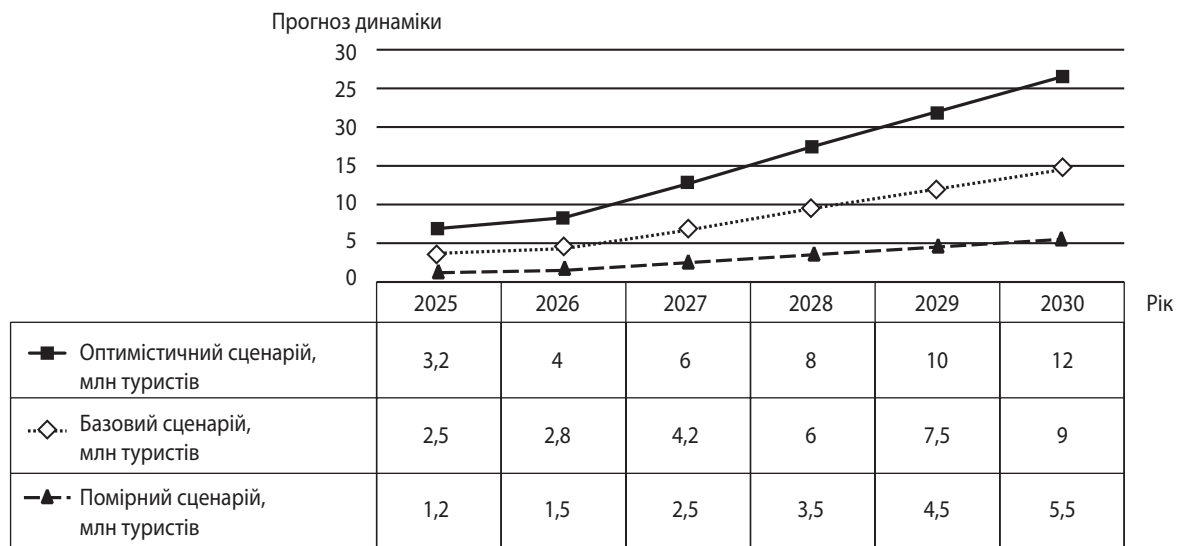


Рис. 2. Прогноз динаміки відновлення туристичних потоків в Україну у 2025–2030 рр.

Джерело: розраховано на основі тенденцій UN Tourism та WTTC [2; 17]

Прогнозні оцінки, наведені на рис. 2, розроблені на основі поєднання трендових моделей та порівняльного аналізу з досвідом країн, що відновлювали туристичний сектор після масштабних кризових явищ. Використано дані Державної служби статистики України та міжнародних організацій щодо динаміки в'їзного туризму у 2015–2019 рр., коли середні темпи зростання становили 8–12 % щорічно. Ці значення були взяті як базовий орієнтир для побудови сценаріїв відновлення після стабілізації безпекової ситуації. У прогнозі враховано темпи відновлення туристичних потоків Хорватії, Боснії і Герцеговини, Грузії та Кіпру після завершення активних фаз військових дій. Середній показник зростання у перші п'ять років після війни у цих країнах коливався в межах 20–35 %. Саме цей діапазон покладено в основу оптимістичного та базового сценаріїв.

Рівень туристичних потоків значною мірою залежатиме від швидкості розмінування територій, відновлення транспортної мережі, відновлення авіасполучення, відбудови культурних та рекреаційних об'єктів.

У прогнозування включено вплив цифрових сервісів, що здатні значно пришвидшити відновлення внутрішнього та в'їзного туризму. Досвід ЄС та Азії показує, що цифрові платформи можуть збільшувати мобільність туристів на 10–15 % протягом двох років після кризи.

На основі цих параметрів сформовано три сценарії:

- помірний відображає обережне, повільне зростання при збереженні окремих ризиків;
- базовий враховує середньострокову адаптацію економіки;
- оптимістичний моделює сценарій швидкої відбудови та активної інтеграції України у світові туристичні потоки.

Побудований прогноз свідчить, що навіть за найстриманішим сценарієм обсяги в'їзного туризму мають потенціал до відновлення, що відповідає рекомендаціям UN Tourism щодо типових моделей відродження галузі після кризових потрясінь. В оптимістичній моделі передбачається, що до 2030 р. Україна може повернутися до

рівня принаймні 60–70 % довоєнних обсягів туристичних потоків, а за сприятливих умов перевищити їх. Зростання туристичного потоку до 8–12 млн осіб можливе за умови припинення активних військових дій, реалізації цільових державних програм, створення безпечних транспортних коридорів, інтеграції України в європейські туристичні мережі та активної комунікації на зовнішніх ринках.

У базовому сценарії відновлення відбувається більш поступово, з огляду на складність відбудови критичної інфраструктури та ризики, пов'язані з безпековою ситуацією. Проте навіть у цьому випадку туристичний сектор здатен формувати стійкий внесок у ВВП та експорт послуг протягом 2028–2030 рр.

Помірний сценарій розглядає варіант тривалішої відбудови, у якому зростання туристичних потоків зумовлене переважно внутрішнім туризмом, а в'їзний сегмент відновлюється повільніше через зовнішні обмеження. Однак навіть за цих умов можливе поступове розширення внутрішніх туристичних маршрутів, формування нових видів туризму та посилення ролі цифрових платформ.

Відновлення туристичного сектора після війни передбачає не лише реконструкцію фізичної інфраструктури, а й переосмислення туристичного бренду України. У післявоєнний період важливим інструментом стимулювання туристичних потоків може стати розвиток військово-історичних та меморіальних маршрутів, що вже демонструють високу ефективність у країнах Центральної та Південно-Східної Європи. Створення спеціалізованих туристичних кластерів, присвячених подіям сучасної історії України, здатне забезпечити нову конкурентну нішу у глобальному туристичному просторі.

Крім того, значний потенціал матиме залучення іноземних волонтерів, інвесторів та фахівців, які прагнуть долучитися до процесів відбудови. Формування туристичних програм, спрямованих на ознайомлення з масштабами реконструкції, модернізацією міст і регіонів та інноваційними інфраструктурними проектами, може стати унікальним елементом туристичної пропозиції України.

Важливу роль відіграватиме розвиток екологічних маршрутів у межах відновлених природних територій. Реабілітація екосистем, створення центрів відвідування, екосистем і природоохоронних об'єктів не лише сприятиме зростанню туристичних потоків, а й забезпечить відповідність українського туристичного продукту міжнародним стандартам сталості.

Висновки. Таким чином, перспективи розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами в Україні є позитивними, за умови реалізації цілеспрямованої державної політики та впровадження сучасних інструментів стимулювання попиту. До ключових напрямів майбутнього зростання належать: формування безпечного туристичного середовища, реконструкція туристичних кластерів, розвиток військово-історичного, екологічного та медичного туризму, відбудова культурної спадщини, формування нового національного туристичного бренду та залучення іноземних інвестицій.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. UN Tourism (UNWTO). About us // UN Tourism. URL: <https://www.untourism.int/about-us?utm>
2. Travel & Tourism Economic Impact Research // World Travel & Tourism Council (WTTC), 2025. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact>
3. Tourism and travel-related services // WTO Official Website. 2024. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm
4. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР (у редакції від 2024 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Sharipov S., Shamsiddin ugli. The Factors Influencing of Tourism. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*. 2022. Vol. 3. No. 3. P. 1–4. DOI: <https://doi.org/10.51699/cajtmf.v3i3.206>
6. Obolenska T., Yatsenko O., Lyskova L., Ostian Z. Features of the Development of International Trade in Tourist Services. *Economics Ecology Socium*. 2024. Vol. 8. P. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>
7. Travel Technology Market Size, Share, and COVID-19 Impact Analysis, By Component, By Application, By Industry, and Regional Forecast 2024–2033 : Market Research Report. *Spherical Insights*, 2024. URL: <https://www.sphericalinsights.com>
8. Barkas P., Honeck D., Rubio E. International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis. *Staff Working Paper ERSD-2020-11*. World Trade Organization, 2020. URL: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.pdf
9. International tourism, receipts (% of total exports). *World Development Indicators* // World Bank, 2025. URL: <https://databank.worldbank.org/metadataglossary/world-development-indicators/series/ST.INT.RCPT.XP.ZS>
10. Countries with the highest number of international tourist arrivals worldwide from 2019 to 2024 // Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/261726/countries-ranked-by-number-of-international-tourist-arrivals/>
11. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : монографія. Харків : ФОРМ Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с. URL: https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono_final.pdf
12. Збарський В. З. Україна на світовому ринку туристичних послуг. *Геополітика України: історія і сучасність*. 2021. DOI: [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.1\(26\).117-129](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.1(26).117-129)
13. Лисенко Р. В. Напрями інтеграції України у світовий ринок туристичних послуг. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2019. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14187/20194>
14. Зарубіна А. В. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
15. Остіан З., Ніколаєнко Д. Відновлення міжнародної торгівлі туристичними послугами в Україні у повоєнний період. *Вчені записки*. 2024. № 34(1). С. 171–186. DOI: http://doi.org/10.33111/vz_kneu.34.24.01.15.103.109
16. Oliinyk A., Dichenko D. Ukrainian Tourism Market: Analysis, Challenges, and Opportunities. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. С. 445–451. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-64>
17. UN Tourism Data Dashboard // UN Tourism. URL: <https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
18. Хоробчук О. В. Туристичні послуги як складова експортного потенціалу регіону. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-155>
19. Яценко О., Остіан З. Диверсифікація міжнародної торгівлі туристичними послугами: інноваційні вектори та ризики.

Галицький економічний вісник. 2024. Т. 91. № 6. С. 192–203. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/48273/2/GEJ_2024v91n6_Yatsenko_O-Diversification_of_international_192-203.pdf

20. Мельниченко С. Туристичні послуги в умовах змін: ринкова динаміка та стратегічні орієнтири. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*. 2026. Вип. 61(1). С. 95–104. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.26.1.9>

Фінансування: Дослідження не отримувало зовнішнього фінансування.

Конфлікт інтересів: Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів.

Внесок авторів (CRediT):

Лежешко В. В.: концептуалізація, методологія, формальний аналіз; написання – рецензування та редагування.

Посіщук М.: концептуалізація, методологія, формальний аналіз; написання – початковий варіант тексту.

Вдячності: Не передбачені.

Використання ШІ: Інструменти ШІ у підготовці цієї роботи не використовувались.

Заява про оригінальність: Наданий матеріал раніше не публікувався та в інші видання не надсилався.

Funding: This research received no external funding.

Conflict of interest: The authors declare no conflict of interest.

Author contributions (CRediT):

Lezhepkova V. H.: conceptualization, methodology, formal analysis; writing – review & editing.

Posishchuk M. Y.: conceptualization, methodology, formal analysis; writing – original draft.

Acknowledgments: Not applicable.

AI use statement: No AI tools were used in the preparation of this work.

Originality statement: The submitted material has not been previously published and has not been submitted to any other journal.

REFERENCES

Barkas P., Honeck D. & Rubio E. (2020). International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis. Staff Working Paper ERSD-2020-11. *World Trade Organization*. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.pdf

Dekhtiar N. A. (2021). *Svitovyi rynek turystychnykh poslug i priorytety rozvytku turizmu v Ukraini: monohrafiia* [World market of tourism services and priorities of tourism development in Ukraine: monograph]. Kharkiv: FOP Liburkina L. M. http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono_final.pdf

Khorobchuk O. V. (2024). Turystychni posluhy yak skladova eksportnoho potentsialu rehionu [Tourism services as a component of the export potential of the region]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 49. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-155>

Lysenko R. V. (2019). Napriamy intehratsii Ukrainy u svitovyi rynek turystychnykh poslug [Directions of Ukraine's integration into the world market of tourism services]. *Suchasni problemy ekonomiky i pidpriemnytstva*. <https://jrnل.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14187/20194>

Melnichenko S. (2026). Turystychni posluhy v umovakh zmin: rynkova dynamika ta stratehichni oryentiry [Tourism services in conditions of change: market dynamics and strategic guidelines]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Serii: heohrafiia*, 61(1), 95–104. <https://doi.org/10.25128/2519-4577.26.1.9>

Obolenska T., Yatsenko O., Lyskova L. & Ostian Z. (2024). Features of the Development of International Trade in Tourist Services. *Economics Ecology Socium*, 8, 104–116. <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>

Oliynyk A. & Dichenko D. (2023). Ukrainian Tourism Market: Analysis, Challenges, and Opportunities. *Ekonomika ta suspilstvo*, 50, 445–451. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-64>

Ostian Z. & Nikolaenko D. (2024). Vidnovlennia mizhnarodnoi torhivli turystychnykh posluhamy v Ukraini u povoiennyi period [Recovery of international trade in tourist services in Ukraine in the post-war period]. *Vcheni zapysky*, 34(1), 171–186. http://doi.org/10.33111/vz_kneu.34.24.01.15.103.109

Sharipov S. & Shamsiddin ugli (2022). The Factors Influencing of Tourism. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 3(3), 1–4. <https://doi.org/10.51699/cajtmf.v3i3.206>

Spherical Insights (2024). *Travel Technology Market Size, Share, and COVID-19 Impact Analysis, By Component, By Application, By Industry, and Regional Forecast 2024–2033: Market Research Report*. Spherical Insights. <https://www.sphericalinsights.com>

Statista. Countries with the highest number of international tourist arrivals worldwide from 2019 to 2024. <https://www.statista.com/statistics/261726/countries-ranked-by-number-of-international-tourist-arrivals/>

UN Tourism. UN Tourism Data Dashboard. *UN Tourism*. <https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>

UN Tourism (UNWTO). About us. *UN Tourism*. <https://www.untourism.int/about-us?utm>

World Bank. (2025). International tourism, receipts (% of total exports). *World Development Indicators*. <https://databank.worldbank.org/metadataglossary/world-development-indicators/series/ST.INT.RCPT.XP.ZS>

World Trade Organization. (2024). Tourism and travel-related services. *WTO Official Website*. https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm

World Travel & Tourism Council (2025). *Travel & Tourism Economic Impact Research*. WTTC. <https://wtcc.org/research/economic-impact>

Yatsenko O. & Ostian Z. (2024). Dyversyfikatsiia mizhnarodnoi torhivli turystychnykh posluhamy: innovatsiini vektory ta ryzyky [Diversification of international trade in tourist services: innovative vectors and risks]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, 6(91), 192–203. https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/48273/2/GEJ_2024v91n6_Yatsenko_O-Diversification_of_international_192-203.pdf

zakon.rada.gov.ua. (1995, September 15). Pro turizm: Zakon Ukrainy vid 15.09.1995 № 324/95-VR (u redaktsii vid 2024 r.). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

Zarubina A. V. (2022). Osoblyvosti turizmu v umovakh voiennoho stanu [Features of tourism in conditions of martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 41. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>

Zbarskyi V. Z. (2021). Ukraina na svitovomu rynku turystychnykh poslug [Ukraine in the world market of tourism services]. *Heopolytika Ukrainy: istoriia i suchasnist*, 1(26), 117–129. [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.1\(26\).117-129](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.1(26).117-129)

Стаття надійшла до редакції 07.06.2026 р.

Статтю прийнято до публікації 19.06.2026 р.

Оприлюднено 11.08.2026 р.