

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання денна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

М. М. Логвин

„_____” _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ”***

***зі спеціальності 242 “Туризм і рекреація”
освітня програма “Туризм” ступеня магістра***

Виконавець роботи Змієнко Єгор Андрійович

(підпис, дата)

Науковий керівник к. геогр. н., доц. Логвин Михайло Михайлович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ТА ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ	6
1.1. Вплив туризму на життєдіяльність сучасного суспільства.....	6
1.2. Роль демографічного фактора у розвитку туризму	18
1.3. Вплив моди на споживчі вподобання та туристичні потоки.....	38
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ	49
2.1. Аналіз чисельності населення світу та його динаміка	49
2.2. Урбанізація та її вплив на розвиток туризму	56
2.3. Сучасні міграційні процеси та “вимушений туризм”	68
РОЗДІЛ 3. ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	78
3.1. Демографічна політика та демографічна поведінка населення в країнах і регіонах світу та їх вплив на сферу туризму.....	78
3.2. Аналіз стратегії демографічного розвитку України на період до 2040 р. в контексті розвитку туристичної індустрії.....	85
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	98
ДОДАТКИ	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

ВСТУП

Туризм як важливе соціально-економічне явище сучасності тісно пов'язаний з розвитком суспільства та підпорядковується його об'єктивним законам. Через свої функції він активно впливає на життєдіяльність суспільства і в той же час залежить від нього. На початку ХХІ століття туризм став невід'ємною складовою соціально-економічного та культурного життя, відбулася його концептуальна трансформація, бо формується зовсім нова парадигма сфери дозвілля, відпочинку та розваг, змінюються духовні потреби людей. Індустрія туризму, з одного боку, є чинником глобалізації, а з іншого – вона розвивається під її впливом, особливо інформаційних технологій, соціальної диференціації суспільства, кліматичних особливостей та ін. Всі складові суспільства можуть бути стимулюючими або гальмуючими чинниками розвитку туризму; їх кількість, взаємозв'язки та інтенсивність впливу залежить від ієрархічного рівня туристичного ринку та від його спрямованості. Дослідження чинників соціально-демографічного характеру, які впливають на розвиток туризму дозволяє не лише прогнозувати розвиток останнього, а й дослідити взаємозв'язки і відповідно вплив туризму на розвиток суспільства в цілому і соціальної складової зокрема.

Особливості розвитку та взаємодія складових туристичного процесу з одного боку залежать від ряду чинників, серед яких природні, культурні, демографічні, соціальні, економічні; а з іншого – впливають на розвиток регіону і його окремих складових.

Соціально-демографічні чинники мають постійний вплив на розвиток туризму і цей вплив яких є багатоаспектним. Безпосередньо це стосується кількісних та структурних характеристик населення, серед яких чисельність населення, розміщення його по окремих регіонах, статеві-вікова структура (з виділенням працездатного населення), сімейний стан і сімейна структура.

По-перше, чисельність та розміщення населення обумовлює безпосередньо обсяг споживчого сектора туризму. По-друге, статеві-вікова та шлюбно-сімейна структура населення виступають вагомим фактором розвитку туристичної галузі. По-третє, важливим є поведінкові та життєдіяльнісні характеристики населення. По-четверте, праця та людина як її носій, є одним з трьох головних факторів розвитку туризму.

Демографічні процеси, ринок туристичних послуг України досліджували багато вчених. Кулешова Н.В. аналізувала сучасний стан розвитку туристичної галузі України. Димеденко І. В. досліджував методичні підходи до аналізу ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу. Давидюк І.В. досліджував стан і перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Назарова Г.С. та Марченко С.К. досліджували демографічний стан України та проблеми, що з ним пов'язані.

Метою роботи є дослідження демографічних перспектив розвитку і функціонування сучасного міжнародного туризму. На підставі мети у роботі поставлені наступні завдання:

- розкрити вплив туризму на життєдіяльність сучасного суспільства;
- проаналізувати роль демографічного фактора у розвитку туризму;
- вивчити вплив моди на споживчі вподобання та туристичні потоки;
- провести аналіз чисельності населення світу та його динаміка;
- дослідити сучасну урбанізацію та її вплив на розвиток туризму;
- зробити аналіз сучасних міграційних процесів та “вимушений туризм”.
- обґрунтувати основні напрями демографічної політики та демографічної поведінки населення в країнах і регіонах світу та їх вплив на сферу туризму.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси дослідження демографічних перспектив розвитку міжнародного туризму.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні

особливості демографічних процесів населення світу та їх вплив на сферу туризму.

У кваліфікаційній роботі використовувалися наступні методи: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема картографічний, абстрагування, узагальнення, аналіз і синтез, індукція й дедукція, статистичний, системний аналіз. Використовувався метод економіко-статистичного аналізу.

Інформаційною базою для підготовки кваліфікаційної роботи слугували: законодавчі та нормативно-правові акти, що регламентують діяльність у галузі туризму, статистичні щорічники ЮНВТО, Стратегія демографічного розвитку України на період до 2040 року, матеріали Державної служби статистики України, наукові періодичні видання, статистичні бюлетені туристичної діяльності, актуальні електронні ресурси Інтернету.

Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані та оприлюднені в матеріалах кафедрального круглого столу студентів та аспірантів “Туризм і молодь – 2025” (м. Полтава, 2025 рік).

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних інформаційних джерел. У роботі міститься 12 таблиць, 15 рисунків, список використаних джерел складає 95 найменувань. Робота викладена на 106 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ТА ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ

1.1. Вплив туризму на життєдіяльність сучасного суспільства

На сучасному етапі розвитку глобалізація впливає на всі аспекти світової економіки, зокрема й на регіональні ринки туристичних послуг. В основі формування цих ринків лежать територіальні особливості, такі як демографічні процеси, типи розселення та особливості господарської діяльності, що відображаються на рівні соціально-економічного розвитку регіонів.

Швидка зміна кон'юнктури регіонального туристичного ринку підвищує актуальність туристично-демографічних досліджень, які допоможуть краще розуміти структуру та динаміку ключових демографічних процесів. Такий аналіз на регіональному рівні дозволяє враховувати відмінності у демографічних характеристиках, економічному стані та туристичній привабливості, сприяючи більш ефективному розвитку та адаптації туристичних послуг до потреб місцевого населення і туристів.

Зокрема, врахування специфічних демографічних та соціально-економічних характеристик окремих регіонів допомагає виявити потенціал для розвитку різних видів туризму. Такий підхід здатен посилити конкурентоспроможність туристичних регіонів і підвищити їх привабливість на внутрішньому та зовнішньому ринках [75].

Демографічні передумови розвитку туризму у регіонах з різним рівнем соціально-економічного розвитку мають вирішальне значення для стимулювання внутрішнього туризму. Аналіз демографічних характеристик, таких як густота населення, вікова структура, рівень зайнятості та доходів, дозволяє краще зрозуміти споживчі потреби та переваги жителів різних

областей. Це, у свою чергу, сприяє ефективному плануванню туристичних послуг, адаптованих під запити внутрішніх туристів.

Здійснення такого аналізу сприяє розробці ефективної регіональної та національної соціальної політики, що підтримує розвиток туризму. Зокрема, створення спеціальних програм для залучення туристів з різних регіонів стимулює економічне зростання, підвищує зайнятість на місцевому рівні та сприяє розвитку інфраструктури. Це також позитивно впливає на згуртованість населення, популяризує культурну спадщину та природні багатства країни, підтримуючи національну ідентичність.

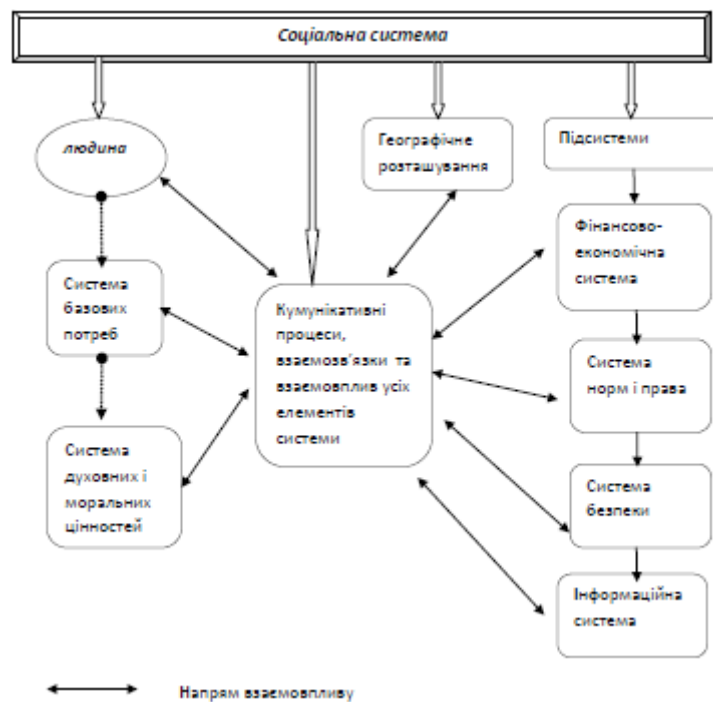


Рис. 1.1.1 Узагальнена модель механізму взаємодії людини і соціальної системи, за [74]

Свідомість людини є основою її існування та впливає на функціонування соціальної системи загалом, оскільки вона генерує ідеї та формує мотиви й стимули для дій. Вплив на свідомість можна поділити на внутрішній та зовнішній.

Внутрішній вплив охоплює базові потреби, зокрема потребу в безпеці, а

також внутрішній світ людини – її духовні, моральні та етичні установки, що вже сформувалися на певному етапі життя. Ці внутрішні цінності та пріоритети стають орієнтирами в ухваленні рішень та впливають на поведінку людини.

Зовнішній вплив включає соціальні, культурні та інформаційні фактори, які формують уявлення про навколишній світ і сприяють розвитку ціннісних орієнтирів та установок, взаємодіючи з внутрішніми переконаннями людини (рис. 1.1.1).

Відповідно, до зовнішнього впливу належить сукупний вплив факторів, що становлять зміст соціального середовища. Це передусім умови життєдіяльності людини: умови проживання та рівень соціальної захищеності, стан економіки, політика держави, рівень криміногенної ситуації в країні, стан екології та ін. [74].

Трансформаційні процеси (рис. 1.1.2) змінюють систему інтересів та цінностей індивіда, його світогляд та систему мотивацій, що в результаті змінює свідомість, яка, як частина соціальної системи, змінює її також [74].

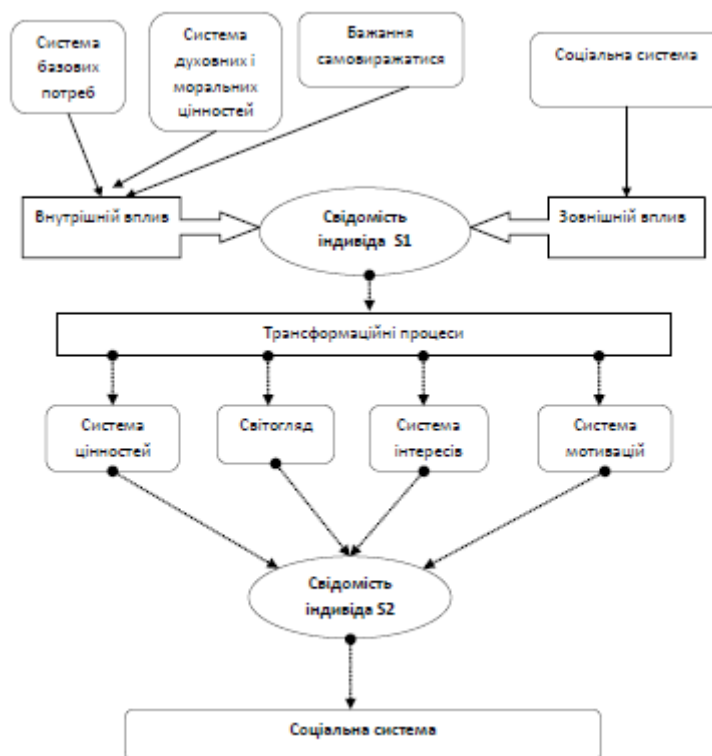


Рис. 1.1.2 Процес трансформації свідомості індивіда, за [74]

Процес трансформації свідомості індивіда під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів відбувається постійно, що є наслідком еволюції людини.

У даний час туризм є потужною світовою індустрією, що займає до 10% світового валового продукту [91], де задіяні величезні маси службовців, основних засобів виробництва, залучено великі капітали. Можна сказати, що туризм – це серйозна політика глобального рівня. З розвитком як постіндустріальних, і нових індустріальних країн дедалі більше населення планети залучається до сфери туризму. За останні роки простежується стала стійка тенденція зростання кількості туристів щорічно в середньому на 4%, навіть фінансова криза в Азії 1998 р. не привела до суттєвої деформації цих процесів. Доходи від туризму у світі 2022 р. склали, за даними СОТ, 1.031 трлн. дол. США, що всього на 36,1% менше, ніж у доковідного 2019 р. [91]. Туризм, що представляє суб'єкт-суб'єктні відносини, є третинним ринком послуг, і не дивно, що його найбільший розвиток припадає саме на постіндустріальні країни. Дохід від туризму представлений у таблиці 1.1.1.

Таблиця 1.1.1

Доходи від туризму, ТОП-10 країн, 2019 і 2022 рр., складено за [91]

Ранг		Країна	Доходи від туризму, млрд. \$		Зміна, в %, +/-
2019	2022		2022	2019	
1	1		США	135,2	
2	2	Іспанія	72,9	80	
3	3	Франція	59,7	64	
4	4	Таїланд	5,1	61	
5	5	Великобританія	68,2	53	
6	6	Італія	44,3	50	
7	9	Японія	9,2	46	
8	7	Австралія	23,4	45	
9	8	Німеччина	31,5	42	
10		Макао (Китай)	8,7	40	
	10	Китай	9,4	-	
		Україна	0,77	1,62	

Індустрія туризму об'єднує велику кількість спеціалістів різних галузей, які забезпечують обслуговування численних подорожуючих. Сьогодні кожна

15-та людина у світі так чи інакше залучена до цієї сфери, що робить туризм важливим джерелом зайнятості та створює значну кількість робочих місць. Це один із найбільш позитивних соціально-економічних аспектів туризму. Про рівень розвитку туристичної індустрії в постіндустріальних країнах свідчать наступні факти. У США на кожного жителя припадає туристів вдвічі більше, ніж на українця, але за приблизно рівних цін на туристське обслуговування дохідність цієї галузі в США вп'ятеро вища, ніж в Україні. Для залучення туристичних потоків здійснюється багатогранний і детальний аналіз, який охоплює оцінку самих туристичних ресурсів, рівень їх привабливості та потенціалу, а також вивчення характеристик і можливостей об'єктів туристичної індустрії. За даними ВТО, протягом останніх десятиліть (до пандемії) спостерігалось постійне зростання показників міжнародного туризму. У цілому розвиток туризму межі тисячоліть можна назвати стійким, попри кризові явища як регіонального, і світового масштабу. Динаміка розвитку туризму регіонами на початку ХХІ ст. показано в таблиці 1.1.2.

Таблиця 1.1.2

Міжнародні туристичні прибуття, 2022 р.,
складено за [91]

	Країна	Прибуття, млн. чол.	Доходи від туризму, млрд. дол.	% от чисельності населення	Дол. США на 1 жителя
1	Франція	79	59,7	119,52	903,18
2	Іспанія	72	72,9	153,52	1554,37
3	США	51	135,2	15,27	404,79
4	Туреччина	50	41,2	58,62	483,00
5	Італія	50	44,3	84,75	750,85
6	Мексика	38	28,0	28,44	209,58
7	Великобританія	30	68,2	44,38	1008,88
8	Німеччина	28	31,5	33,06	371,90
9	Греція	28	18,6	266,67	1771,43
10	Австрія	26	19,2	292,13	2157,30
	Україна	4,3 (2021)	0,77	10,44	18,69

Аналіз даних чітко показує, що Європа залишається лідером за кількістю

відвідувань туристів. Величезна кількість культурно-історичних пам'яток, високо розвинена індустрія розваг і обслуговування приваблюють туристів із різноманітними потребами. Розвинута туристична інфраструктура Європи дозволяє задовольнити запити як фешенебельних курортів, так і бюджетних маршрутів, орієнтованих на молодь та малозабезпечених мандрівників. Проте, попри стабільне лідерство, темпи зростання кількості відвідувань у Європі залишаються доволі низькими – 1% [91].

Інформація про туризм в Америці часто подається в узагальненому вигляді для всіх країн континенту, хоча рівень його розвитку значно відрізняється. Наприклад, США, Канада та Мексика мають високорозвинену туристичну інфраструктуру та різноманітні програми для залучення туристів, тоді як у деяких країнах Латинської Америки, таких як Гватемала, туризм залишається на початковому рівні або майже не розвинутий.

У Східній Азії та басейні Тихого океану активно розвиваються не тільки в'їзний, але й паломницький туризм, зокрема внутрішній. Гонконг, завдяки своєму статусу вільної економічної зони, приваблює ділових мандрівників. Китай, перебуваючи в процесі економічних реформ, стає все більш цікавим для західних туристів, що цінують якісний сервіс і наявність оновлених культурно-історичних пам'яток. Державна підтримка туристичної галузі також сприяє зростанню туристичних потоків до Китаю, хоча лише 0,5% громадян країни подорожують за кордон, що свідчить про зосередженість на розвитку в'їзного туризму.

Наприкінці 1980-х років Японія переглянула державну політику щодо туризму та почала активно розвивати в'їзний туризм. За витратами на туризм (у 1997 р. ця сума склала 37,977 млн. доларів США) Японія поступалася лише США та Німеччині.

В Африці головним туристичним магнітом є національні парки. Серед найвідоміших – кенійський парк Цаво (Tsavo) та танзанійський Серенгеті

(Serengeti). До великих також належать парки (ДР Конго, наприклад Салонга (Salonga), та Замбії, як-от Кафу (Kafue). Національні парки створені й в інших країнах – Зімбабве, Уганді, ЦАР, Малі та Ботсвані. Уряди африканських країн вкладають значні кошти у створення парків та заповідників, які виконують роль своєрідних музеїв живої природи. Здебільшого лише третина територій парків доступна для відвідувачів, тоді як решта залишається закритою для збереження природи. Туристи з оглядових майданчиків можуть спостерігати за життям слонів, носорогів, бегемотів, левів та інших тварин у їх природному середовищі.

Також зростає популярність сафарі. Після придбання спеціальної ліцензії можна брати участь у полюванні на визначених територіях.

Величезна кількість туристів з усього світу відвідує Єгипет, щоб побачити пам'ятки однієї з найдавніших цивілізацій планети. В цілому по Африці темпи приросту прибуттів за 2022 р. у порівнянні із 2019 склали 240%, а доходи від туризму – на 180%, хоч це ще на 24,8% менше, ніж у 2019 р. [91].

Близький Схід приваблює туристів насамперед як найбільший центр паломництва у світі, оскільки є батьківщиною двох світових релігій – християнства та ісламу. Це відбувається, незважаючи на політичну нестабільність, викликану арабо-ізраїльським конфліктом. Найяскравіше це стало очевидним у 1999 році, коли в регіоні спостерігався рекордний приріст туристичних відвідувань – 17,5%, що було пов'язано зі святкуванням 2000-річчя Різдва Христового.

При оцінці туристичного потенціалу важливо враховувати не лише економічні аспекти, а й географічні, природно-кліматичні та демографічні фактори. Це має велике значення при плануванні регіонального та субрегіонального туризму, особливо в умовах зростаючої міжрегіональної конкуренції останніми роками.

Перехід до високих технологій в індустрії туризму відбувся наприкінці

XX ст., коли почав активно розвиватися великий транспортний бізнес, готельні мережі та підприємства громадського харчування в країнах зі сприятливими умовами. Серед важливих чинників, які впливають на цей розвиток, слід виділити стабільну внутрішню та зовнішню політику, стійкий економічний потенціал, а також високий рівень культури і соціальної підтримки громадян. Значний позитивний вплив на зростання міжнародних туристичних обмінів також зробив розвиток транспорту з підвищенням комфортабельності за доступними цінами, а також розвиток засобів комунікації та інформації, що супроводжується зростанням індустрії розваг.

Наприкінці XX ст. туризм набув глобального міжнародного характеру. На процес його дедалі більшої інтернаціоналізації впливають взаємопов'язані чинники, такі як розширення географії туризму з одного боку, і потреба в інвестуванні в міжнародному туристичному ринку для забезпечення його рентабельності з іншого. Яскравим прикладом цього є круїзний бізнес. Географія круїзних подорожей постійно розширюється, і важливо зазначити, що круїзні маршрути охоплюють акваторії всіх океанів, численних великих морів, а також пропонуються кругосвітні круїзи – це максимальні подорожі або канікули всього життя для тих, хто має відповідний дохід і час. (Ціна тримісячного круїзу варіюється від 25 000 до 125 000 доларів США.) Для того щоб залишитися конкурентоспроможною в цьому виді бізнесу, компанія повинна мати міжнародний статус і матеріальну базу в різних регіонах. Відомі круїзні оператори, такі як P&O та Royal Caribbean, відповідають цим вимогам, причому остання компанія навіть володіє островом у Карибському морі, який використовується для зупинок під час круїзів [91].

Перехід людства до III тисячоліття за григоріанським літочисленням став потужним імпульсом для інтенсифікації туристичних подорожей. Хоч нове тисячоліття почалося в 2001 р., наймасштабніші урочистості з його відзначення проходили в 2000 р., що призвело до виникнення «синдрому мандрівника» у

багатьох людей. Вони прагнули відвідати численні центри, де проходили різноманітні заходи, пов'язані з настанням нового століття, а число 2000 стало символом для туристичних подорожей.

Найбільше пожвавлення в туристичному бізнесі спостерігалось наприкінці 1999 – на початку 2000 року, коли християни святкували Різдво. Особливо важливим стало відвідування Святої Землі, де в Різдвяний тиждень зібралися представники всіх основних християнських конфесій. Вони відвідали Назарет, Віфлеєм, Єрусалим та інші пам'ятні місця, де розташовані найшанованіші християнські святині.

На цей час прибула велика кількість паломників з християнських громад. 7 січня 2000 року відбулося спільне богослужіння всіх вищих ієрархів православних церков. Організація ювілейних урочистостей супроводжувалася численними видовищними заходами, які привабили величезну кількість туристів. Варто зазначити, що в цей період Ізраїль відвідали багато державних лідерів та глав урядів.

Святкування рубежу тисячоліть залучило не лише християн, а й більшість населення планети. Всі видовищні заходи, від великих спортивних подій і концертів до карнавальних ходів, відображали цю важливу дату. Навіть у наукових установах, таких як Грінвічська обсерваторія поблизу Лондона, панував передсвятковий ажіотаж, адже саме тут проходить нульовий меридіан, з якого розпочинається літочислення першого моменту нового століття та тисячоліття.

Для залучення туристів у великій залі обсерваторії було встановлено величезне табло з годинником, що вів зворотний відлік до настання нової ери. Цей атракціон став популярним: відвідувачі мали можливість дізнатися, скільки днів, годин, хвилин і секунд залишалось до тисячоліття. Пряма трансляція моменту, коли годинник показував 0 годин, 0 хвилин і 0 секунд, принесла обсерваторії значні прибутки.

У Парижі на Ейфелевій вежі також було встановлено велике табло, вагою 50 тонн, яке вночі висвітлювалося тисячею прожекторів. Французький уряд організував масштабну програму урочистостей, присвячених цій круглій даті. У рамках святкувань проходили паради, концерти, фестивалі, ювілейні зустрічі, лотереї та виставки.

У парку розташований казковий ліс з морським драконом, лабіринт та домівки героїв казок – Мумій-Тролів і Хемулів. Для дітей організовуються костюмовані вистави. На сусідньому острові збудовано піратський замок. Щороку цей атракціон, що працює з 1993 року в період з травня по вересень, відвідує близько 250 000 туристів, з яких більше 30% – іноземці.

Перший тематичний дитячий парк – Діснейленд – був збудований у 1954 році в Анахаймі (Каліфорнія, США) як величезне іграшкове містечко з безліччю атракціонів і розважальних шоу. До 1971 року Діснейленд відвідало близько 100 мільйонів людей. Для розміщення туристів у Каліфорнії було зведено 26 готелів. Виходячи з цього грандіозного успіху, був збудований ще один Діснейленд в Орландо (Флорида). У 1983 році в Токіо відкрився аналогічний дитячий парк, а в 1992 році під Парижем був збудований «ЄвроДісней».

До «курйозного» і незвичайного туризму можна віднести, наприклад, подорожі з метою встановлення рекордів, яких чимало в Книзі рекордів Гіннеса. Так, Дж. Россдейл поставив собі за мету відвідати найбільшу кількість країн і отримати штампи на прикордонних контрольно-пропускних пунктах усіх країн світу. Він перетнув кордони 215 держав і подолав відстань в 2 627 766 км. До цього ж виду туризму відноситься і пошук скарбів.

Існують і інші прояви «незвичайного» туризму. Протягом десяти років у шведському містечку Юккасйярві кожної зими зводять готель на 37 номерів із снігу та льоду. Цей матеріал дозволяє йому проіснувати не більше п'яти місяців. За сезон у цьому готелі, що користується великою популярністю, ночує

не менше 6000 гостей, а в десять разів більше приїжджає, щоб подивитися на кімнати і провести в них кілька годин, а також одружитися чи навіть охреститися в наявній у готелі льодовій каплиці.

Дворець надзвичайно красивий. Циліндричні колони, що підтримують стелю, або повністю прозорі, або з синьо-зеленого льоду з безліччю бульбашок всередині. В нішах розташовані льодові фігури. Вікна вставлені льодовими блоками з тонкою різьбою, що розсіює світло. У барі можна випити напої з льодових келихів, а табуретки також зроблені з льоду і покриті оленячими шкурами. У кожному номері, що не має аналогів у своєму оформленні, на ліжках також покладені оленячі шкури, а ті, хто залишаються на ніч, сплять у спальних мішках. Температура у всіх приміщеннях становить близько -6°C . Біля готелю розташований льодовий стадіон, на якому проводяться хокейні матчі та вистави балету на льоду. Цей шведський туристичний атракціон розташований за 200 км на північ від Полярного кола.

Відвідування Антарктиди, яку щорічно відвідує 10-15 тисяч осіб, важко віднести до «звичайного» туризму. Це задоволення не з дешевих: кожна поїздка на шостий континент обходиться туристам від 9 до 16 тисяч доларів США. Однак такі подорожі набувають популярності, і Австралія наразі розглядає можливість перетворення своїх трьох дослідницьких баз в Антарктиді на туристичні центри. Великобританія та Нова Зеландія вже відкрили свої бази для відвідування туристами, які прибувають на морських судах.

Проте, мабуть, найнезвичнішою подорожжю нашого часу стало космічна подорож, яку здійснив американський громадянин, що потрапив на навколоземну орбіту в якості туриста. Ця космічна подорож, яка тривало тиждень, розпочалася 28 квітня 2001 року. 60-річний американець Деніс Тіто, заплативши 20 млн. доларів США за можливість потрапити на навколоземну орбіту, був зарахований до «операторів систем» на космічному кораблі «Союз ТМ-32».

Через рік 28-річний мільйонер з Південної Африки Марк Шаттварт також здійснив туристичний космічний політ на російському космічному кораблі. У жовтні 2005 року американський науковець Грегорі Олсен продовжив традицію космічного туризму.

На сьогоднішній день держави в своїй діяльності в сфері туризму керуються низкою основних міжнародних угод, зокрема Манільською угодою (1980) та Гаазькою угодою (1989), а також рекомендаціями Осакської конференції міністрів з туризму (1994) і Сеульською декларацією «Світ і туризм», ухваленою Генеральною Асамблеєю СОТ у 2001 році. Важливими регіональними документами є Шенгенські угоди про єдиний візовий простір, а також документи, що стосуються контрактів на туристичні послуги, підписані у 1995 році.

Однак інтеграційні процеси охоплюють не лише Європу. Наприклад, у початку 1990-х років був створений Форум «Азіатсько-тихоокеанське економічне співробітництво» (АТЕС), який утворив робочу групу з туризму.

У жовтні 1999 року Генеральна Асамблея СОТ ухвалила «Глобальний етичний кодекс туризму», що містить рекомендації щодо впровадження спеціального курсу про цінність туристичного обміну в усіх освітніх програмах, підкреслюючи його економічні, соціальні та культурні вигоди, а також ризики, пов'язані з туризмом і подорожами.

У Манільській декларації (1980) особливу увагу було приділено не лише політичній та соціальній, але й культурній та пізнавальній ролі туризму, який охоплює всі переміщення людей незалежно від їхніх мотивів. На конференції в Акапулько, що відбулася наступного року, було зазначено два види культури: культурна антропологія, яка охоплює все, що створено людиною на додаток до природи, та культура культур, яка включає моральні, духовні, інтелектуальні та мистецькі аспекти людського життя.

У найближчі роки Китай стане провідним туристичним напрямом у світі,

за ним за популярністю йдуть США, Іспанія та Гонконг (як окремий напрямок від Китаю). Лідерами виїзного туризму до 2025-2027 років стануть Німеччина, Японія, США, Китай і Великобританія.

Таким чином, серед найпопулярніших видів туризму в цей період можна буде виділити: пригодницький, екологічний, культурно-пізнавальний, тематичний, а також круїзний туризм. Час, який люди витрачають на відпочинок, скорочуватиметься, тому туристи шукатимуть продукти, що забезпечують максимальне задоволення за мінімальний проміжок часу.

1.2. Роль демографічного фактора у розвитку туризму

Загальноприйнятою є думка, що розвиток туризму на кожній окремій території залежить від факторів [20, 34]:

- природно-географічні фактори: клімат, рельєф місцевості, наявність природних ресурсів, екологічні умови. Ці фактори визначають сезонність туризму, доступність територій та види активностей, які можуть бути запропоновані туристам;
- культурно-історичні фактори: пам'ятки архітектури, історичні об'єкти, культурні традиції та звичаї, які впливають на туристичний потенціал регіону. Наявність таких пам'яток часто визначає привабливість території для туристів;
- соціально-економічні фактори: рівень освіти, культури, естетичних потреб населення, зміни у структурі вільного часу, доходи населення. Ці аспекти визначають, які види туризму можуть бути найбільш затребуваними;
- матеріально-технічні фактори: розвиток інфраструктури (транспортні мережі, заклади розміщення, підприємства громадського харчування,

рекреаційні зони та роздрібна торгівля) є критично важливим для розвитку туризму;

- політичні фактори: це стабільність у регіоні, економічна та фінансова ситуація, рівень безпеки подорожей. Політичні умови можуть істотно вплинути на вибір туристами певних напрямків для відпочинку;

- демографічні фактори: це характеристики населення регіону – вік, стать, сімейний стан, збільшення числа працюючих жінок та зростання питомої ваги самотніх людей. Вони можуть впливати на певні типи послуг, які будуть актуальними для різних цільових аудиторій туристів [20, 34].

Дослідження демографічних (людських) ресурсів в географії туризму справді відіграє ключову роль у розумінні як споживчого попиту, так і пропозиції робочої сили в цій сфері [33]. В цілому населення можна характеризувати як:

1. Споживачі туристичних послуг: населення, як основний споживач туристичних послуг, визначає тенденції, що впливають на розвиток туризму. Різні демографічні групи мають свої специфічні потреби і бажання, які туристична індустрія має враховувати при розробці продуктів та послуг. Наприклад, молодь може бути більш зацікавлена в пригодницькому туризмі, тоді як сім'ї можуть шукати відпочинок у сімейних курортах.

2. Працересурсний потенціал: туризм є трудомісткою галуззю, яка потребує значної кількості робочої сили. До трудових ресурсів відносяться як фізично активні особи, так і ті, хто володіє спеціалізованими знаннями та навичками, необхідними для надання туристичних послуг. Це може включати гідів, працівників готелів, ресторанів, туристичних агентств, а також адміністративний персонал.

3. Вік і гендер: визначення працездатного населення залежить від вікових критеріїв, які ви зазначили. Присутність жінок у трудовій сфері, їх участь у

наданні туристичних послуг може позитивно впливати на гнучкість і якість обслуговування.

4. Залучення молоді: підлітки, які працюють, можуть принести свіжі ідеї та енергію в індустрію, тоді як пенсіонери можуть заповнити нішу в нішевих турах або екскурсіях для певних вікових груп, використовуючи свій досвід і знання.

Вивчення людських ресурсів допомагає виявити як можливості для розвитку туризму, так і виклики, які можуть виникнути внаслідок змін у демографічній структурі населення або в умовах праці. Основні категорії населення України показані у табл. 1.2.1.

Таблиця 1.2.1

Структура населення України, складено за [33, 67]

Показники	1991	2001	2006	2011	2019	2022
Усе населення	51,9	48,9	46,9	45,8	42,2	41,2
у тому числі:						
міське населення	35,1	32,9	31,9	31,5	29,3	28,7
сільське населення	16,8	16,0	15,0	14,3	12,9	12,5
Кількість чоловіків	23,9	22,5	21,6	21,0	19,5	19,0
Кількість жінок	27,7	26,2	25,1	24,6	22,5	22,0

Економічно активне населення є дійсно основою кадрового потенціалу підприємств, зокрема й у сфері туризму. Ця категорія включає людей, які беруть активну участь в економічному житті, тобто працюють або активно шукають роботу. Завдяки економічно активному населенню забезпечується постійне надання туристичних послуг, підтримка функціонування інфраструктури та розвиток нових напрямків у цій галузі.

Для сфери туризму економічно активне населення важливе ще й тим, що галузь потребує спеціалізованих навичок та знань. Працівники, які є частиною цього сегмента, забезпечують високий рівень обслуговування клієнтів, професійне управління готелями, ресторанами, туристичними агентствами та різними розважальними комплексами. Економічно активні люди вносять вклад

не лише у виробництво туристичних послуг, а й у постійне оновлення та адаптацію послуг відповідно до нових тенденцій і потреб ринку.

До категорії безробітних (за методологією МОП) належать особи 15-70 років, котрі на певний момент працездатні, але не мають роботи чи заробітку, зареєстровані в органах зайнятості або шукають роботу і згодні приступити до роботи.

Особливість туристичного продукту полягає в тому, що його «виробництво» відбувається одночасно з його споживанням, тобто туристичні послуги створюються в момент їх надання клієнту. Це значною мірою визначає характер праці у цій галузі.

Г. Яковлєв підкреслює, що у туризмі присутня велика частка живої праці, де людський фактор відіграє вирішальну роль. Задоволення потреб клієнта залежить від якості обслуговування, яка значною мірою залежить від майстерності та ставлення працівників, а також від атмосфери, яку створює персонал туристичного підприємства. Суб'єктивні чинники як з боку працівників, так і клієнтів впливають на сприйняття туристичного продукту, його успішну реалізацію та задоволення потреб.

Також для туристичного продукту характерна комплексність, оскільки він є результатом злагодженої роботи різних відділів та організацій. Самостійні колективи готелів, транспортних компаній, закладів харчування, екскурсійних агентств та інші об'єднуються, щоб задовольнити очікування клієнта та забезпечити цілісний досвід.

Аналіз кількості економічно активного населення в Україні (табл. 1.2.2). засвідчує, що існує соціальна група “безробітні”, значна частина яких могла б працювати у галузі туризму, зокрема в сільському зеленому. Тим паче, що збільшення кількості тих, хто відпочиває в регіонах, спричиняє збільшення кількості зайнятих місцевого населення у цій сфері діяльності. У Карпатських областях (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Чернівецька) з

високим розвитком туризму зайнятість населення у віці 15-70 років є чи не найнижчою в Україні [33]. Подальше розширення туризму не створюватиме проблем зі забезпеченістю трудовими ресурсами. Так, у Карпатських областях відсоток зайнятих працездатного населення найнижчий, у середньому в Україні він становить 58,7%, а в Карпатських областях – 56,3% [33].

Таблиця 1.2.2

Населення за статусом участі в складі робочої сили, складено за [33, 67]

	2000	2005	2010	2013	2019	2022
Економічно активне населення	22830,8	22280,8	22051,6	21980,6	17589,5	17321,6
працездатного віку	21150,7	20481,7	20220,7	20478,2	16917,8	16666,8
старше працездатного віку	1680,1	1799,1	1830,9	1502,4	671,7	654,8
Зайняті	20175,0	20680,0	20266,0	20404,1	15915,3	15610,0
працездатного віку	18520,7	18886,5	18436,5	18901,8	15244,5	14957,3
старше працездатного віку	1654,3	1793,5	1829,5	1502,3	670,8	652,7
Безробітні	2655,8	1600,8	1785,6	1576,5	1674,2	1711,6
працездатного віку	2630,0	1595,2	1784,2	1576,4	1673,3	1709,5
старше працездатного віку	25,8	5,6	1,4	0,1	0,9	2,1

Згідно з дослідженнями, кожна тисяча туристів, що зупиняється в готелях, створює в середньому 279 робочих місць безпосередньо у сфері туризму. Окрім того, така кількість туристів забезпечує ще 107 робочих місць у суміжних галузях, не пов'язаних із туризмом безпосередньо [33].

Серед таких галузей – будівництво та ремонт туристичних об'єктів, харчова промисловість, сільське господарство, транспортні послуги, а також різноманітні заклади, які організовують видовищні заходи та спортивні змагання. Велику роль відіграють також ресторани та готелі, оскільки вони забезпечують відвідувачів не лише основними, але й додатковими послугами, підвищуючи загальний рівень зайнятості в регіоні.

Туристична галузь має унікальну особливість: її розвиток сприяє

створенню додаткових робочих місць незалежно від рівня економічного розвитку країни. Це пояснює високу зацікавленість держав у підтримці та зростанні туризму.

Особливо сильний вплив туризм має на зайнятість у малих острівних країнах і територіях, таких як Антили, Багами, Мальдіви та інші, економіки яких значною мірою залежать від цього сектора. У цих країнах понад 21% працездатного населення задіяно у сфері туризму, що робить туризм критично важливим для економічної стабільності та зайнятості місцевого населення (табл. 1.2.3).

Таблиця 1.2.3

Зайнятість у туристичній індустрії, % за [33, с. 107].

Частка зайнятих у туризмі від кількості активного населення, %	Країни і території
5-10	Беліз, Бермудські Острови (Велика Британія), Вануату, Домініканська Республіка, Гваделупа (Франція), Йорданія, Ісландія, Іспанія, Італія, Кабо-Верде, Коста-Ріка, Кот-Д'Івуар, Куба, Лаос, Маврикій, Намібія, Нова Зеландія, Португалія, Сейшельські Острови, Сент-Вінсент і Гренадіни, Сент-Кітс і Невіс, Суринам, США, Туніс, Фіджі,
11-15	Антигуа і Барбуда, Барбадос, Кіпр
16-20	Віргінські Острови (США), Аруба (Нідерланди), Мальта, Сент-Люсія
> 21	Антильські Острови (Нідерланди), Багамські Острови, Віргінські Острови, Кайманові Острови (Велика Британія), Мальдівські Острови

У високорозвинених країнах частка зайнятості в туризмі становить 4-5%, що значно менше порівняно з іншими секторами, але абсолютні показники зайнятості все одно високі. Наприклад, у США в туристичній сфері працює близько 9 млн. осіб, що перевищує зайнятість у таких галузях, як сільське господарство, автомобільна, електронна, сталеплавильна та текстильна промисловість. В Європі показник зайнятості в туризмі сягає майже 10%. Крім того, створення робочого місця в туризмі є економічно вигідним: витрати на це

у 20 разів менші, ніж у промисловості.

У країнах, що розвиваються, таких як Індонезія, Єгипет, Індія, Таїланд і Туреччина, де спостерігаються високі темпи розвитку туризму, галузь також створює значну кількість робочих місць, часто перевершуючи інші сектори економіки. Це сприяє кращій зайнятості економічно активного населення, забезпечуючи йому стабільніші можливості для працевлаштування.

Туристична галузь має свою специфіку щодо зайнятості: у ній значну частку робочих місць займають жінки, і ці позиції не завжди потребують високої кваліфікації. Наприклад, у готельно-ресторанному бізнесі Фінляндії, Швеції, Австрії, Австралії, Великої Британії та Канади жінки становлять від 58% до 76% персоналу.

За даними Всесвітньої ради подорожей і туризму, на початку ХХІ століття у туристичній сфері було понад 350 мільйонів робочих місць, що становило близько 10% світової зайнятості.

Дослідження людських ресурсів у туризмі важливе для розуміння попиту на туристичні послуги, який залежить від кількох факторів, включно з чисельністю населення. Загальний приріст населення сприяє збільшенню попиту, що особливо помітно у країнах, що розвиваються.

Демографічні та соціальні зміни суттєво впливають на розвиток світового туристичного ринку. Серед ключових чинників, що сприяють підвищенню інтересу до подорожей, виділяються [33]:

- старіння населення, що призводить до збільшення кількості літніх туристів;
- зростання числа працюючих жінок, які мають фінансові можливості подорожувати;
- тенденція до пізніх шлюбів і збільшення кількості самотніх людей, що сприяє індивідуальним подорожам;
- поширення бездітних сімейних пар, які мають більше ресурсів для

відпочинку;

- підвищення рівня сімейних доходів, що збільшує можливості для подорожей;

- збільшення тривалості оплачуваної відпустки, що дозволяє довші мандрівки;

- послаблення імміграційних обмежень, що відкриває доступ до нових країн;

- тенденція до зниження пенсійного віку, що створює попит на подорожі серед пенсіонерів;

- зростання усвідомлення про туристичні можливості, яке сприяє залученню більшої кількості людей до сфери туризму.

Ці тенденції сприяють значному розширенню туристичної аудиторії, стимулюючи розвиток ринку та створення нових туристичних продуктів, орієнтованих на різні категорії мандрівників.

За демографічними ознаками виділяють такі види туризму[78]:

- дитячий;
- шкільний (педагогічний);
- молодіжний (студентський);
- туризм для середнього віку;
- туризм для людей похилого віку [78].

Дитячий туризм – це напрям рекреаційно-туристичної діяльності, орієнтований на організацію дозвілля дітей. Він передбачає різноманітні форми проведення часу, зокрема пізнавальні екскурсії, перебування в дитячих таборах та робінзонади. Під час шкільних канікул та літнього відпочинку існують численні програми дитячого туризму. До них входять активний відпочинок, екологічні табори, кінні тури, трекінг і походи, водний туризм і рафтинг, робінзонади та освітні центри.

Дитячий туризм часто починається з короткотривалих поїздок, таких як

дошкільні та шкільні екскурсії. Найпоширенішою формою дитячого туризму у світі є дитячі табори. Країни, де ринок дитячого туризму найбільш розвинений, включають Чехію, Угорщину, Словенію, Італію, Туреччину, Грецію, Кіпр, та Великобританію. Попит на дитячий туризм має виражену сезонність, оскільки здебільшого залежить від шкільних канікул.

Шкільний (педагогічний) туризм – це вид туристсько-краєзнавчої діяльності, організованої в школі для задоволення рекреаційних потреб учнів. Він поділяється на два підвиди: класний туризм, який є обов’язковим для всіх класів і має мінімальний обсяг, а також гуртковий туризм, який підходить для учнів, зацікавлених у краєзнавстві. Ринок шкільного туризму найбільше розвинений у таких країнах, як Чехія, Угорщина, Німеччина, Франція, Фінляндія, Норвегія, Швеція та Великобританія.

Молодіжний (студентський) туризм – це різновид туризму, орієнтований на задоволення рекреаційних потреб молоді віком до 35 років. Основними формами молодіжного туризму є тематичні поїздки, туристсько-екскурсійні подорожі, річкові та морські круїзи, туристсько-патріотичні клуби, маршрути вихідного дня, оглядові й тематичні екскурсії, а також екскурсії, пов’язані з навчально-виховним і виробничим процесом. Крім того, існують туристсько-оздоровчі програми для молоді під час літніх канікул.

Молоді люди надають перевагу економічним варіантам подорожей з мінімальними зручностями для розміщення та транспортування. Їм цікаві екскурсійні програми, що передбачають активне спілкування з місцевим населенням, а також веселе дозвілля, таке як відвідування дискотек, нічних клубів і барів. Молодіжний туризм найбільш розвинений у таких країнах, як Австралія, Нова Зеландія, Нідерланди, Чехія, Угорщина, Франція, Іспанія та США.

Туризм середнього віку (30-50 років) зазвичай орієнтований на комфорт і розширені екскурсійні програми, які враховують професійні та аматорські

інтереси туристів і мають широку географію подорожей. Ця категорія туристів прагне більшої зручності та змістовності у своїх подорожах.

Туристи «третього віку» (старше 50 років) цінують комфорт, індивідуальний підхід, доступність медичних послуг і можливість дієтичного харчування. Вони надають перевагу тихим районам з доступним розміщенням. Туризм цієї вікової групи є найбільш швидкозростаючим сегментом ринку в Європі, оскільки дедалі більше літніх людей мають можливість і бажання подорожувати [83].

Традиційно серед даної категорії туристів залежно від їхніх уподобань та цілей подорожей:доцільно виділяти шість груп [53] :

1. Поціновувачі спокійного відпочинку – ці туристи прагнуть уникнути стресу повсякденного життя. Вони віддають перевагу спокійній атмосфері, насолоджуючись сонцем, піском і морем. Їм не подобається скупчення людей та шум.

2. Любителі задоволень – представники цієї групи активні та заповзятливі, шукають різноманітні задоволення під час відпустки. Вони люблять світську атмосферу і часто беруть участь у соціальних заходах.

3. Любителі активного відпочинку – ці туристи люблять природу та фізичну активність. Вони займаються спортом на свіжому повітрі і часто поєднують відпочинок з лікуванням або оздоровленням.

4. Фанати спортивного відпочинку – ці туристи орієнтовані на участь у змаганнях і спортивних заходах. Спорт є їх головним хобі, і вони витрачають значну частину часу на тренування та змагання.

5. Відпочиваючі з метою пізнання – цей тип туристів прагне підвищити свій освітній рівень і вивчити нові культури, історію та традиції під час подорожей.

6. Любителі пригод – ці туристи шукають гострих відчуттів та ризику. Вони часто вирушають у подорожі наодинці, піддаючи себе серйозним

викликам.

Ринок туризму зрілого віку, який часто включає людей старшого віку, найкраще представлений у таких країнах, як Іспанія, Туреччина, Єгипет, Туніс, Таїланд, Індія та Домініканська Республіка.

Туризм серед старших вікових груп, що включає людей від 55 років для жінок і від 60 років для чоловіків, набирає популярності. Ця категорія туристів характеризується високим матеріальним забезпеченням і значною фізичною активністю. Основними постачальниками туристів цієї групи є США, Японія, Канада, а також інші високорозвинуті країни Європи.

Дослідження показують, що старші люди здійснюють у середньому 2,4 поїздки в межах своєї країни та 0,8 поїздки за кордон протягом року [33]. Це свідчить про те, що зростає інтерес до подорожей серед цієї вікової категорії, яка шукає нові враження, комфортабельні умови проживання та можливість отримання медичної допомоги в разі необхідності.

Загалом, старші туристи віддають перевагу розслабленому і комфортному відпочинку, що включає в себе можливість оздоровлення, культурні екскурсії та активні види спорту. Їхній внесок у розвиток туристичного ринку стає все більш важливим, оскільки вони мають значний вплив на попит на туристичні послуги.

Ринок туризму для людей похилого віку включає програми відпочинку, які спеціально розроблені для фізично немічних осіб, що потребують супроводу під час подорожей, але все ще прагнуть нових вражень і досвіду. Такі туристичні програми часто поширюються через пенсійні клуби та асоціації, що спеціалізуються на організації відпочинку для старшого покоління.

Потенціал туризму осіб похилого віку є величезним, однак існують деякі обмеження, зокрема фінансові можливості та стан здоров'я. Серед позитивних чинників, які сприяють розвитку ринку туристичних послуг для літніх людей, можна відзначити:

1. Наявність вільного часу: населення похилого віку часто має багато вільного часу, оскільки не має зобов'язань, пов'язаних із вихованням дітей або роботою.

2. Участь жінок: все більше жінок літнього віку беруть участь у подорожах, що є глобальною тенденцією. Жінки часто є основними споживачами туристичних послуг у цій віковій категорії.

3. Знижки в несезонний період: багато туристичних компаній пропонують спеціальні знижки для літніх людей, що може сприяти збільшенню їхньої участі в подорожах у несезонний період.

Таким чином, ринок туризму для осіб похилого віку розвивається, і він має великий потенціал, однак потребує особливого підходу та уваги до потреб цієї категорії туристів [83].

Туристи віком від 55 до 64 років часто мають значні фінансові ресурси в порівнянні з іншими групами пенсійного віку. Вони зазвичай мають менші домогосподарства і не витрачають кошти на освіту чи виховання дітей, що дозволяє їм мати більше вільних грошових коштів для подорожей.

Туристи у віці від 65 до 74 років зазвичай вважаються активними пенсіонерами і становлять групу, що активно подорожує. Проте, люди старше 75 років зазвичай менш активні в плані подорожей і часто не виявляють бажання подорожувати.

Згідно з інформацією журналу «Forbes», існує ряд країн, які вважаються найбільш сприятливими для пенсіонерів-туристів. До них належать: Австралія, Австрія, Ірландія, Іспанія, Італія, Канада, Малайзія, Панама, Таїланд, Франція.

Ці країни пропонують комфортні умови для відпочинку, медичне обслуговування, доступність та безпеку, що робить їх привабливими для літніх туристів [53].

Висновок, який можна зробити, базуючись на аналізі різних вікових груп туристів, свідчить про значні зміни в способах подорожі та економічній

самостійності залежно від віку:

1. Діти раннього, дошкільного та молодшого шкільного віку подорожують лише у складі родини, будучи повністю залежними від батьків у прийнятті рішень та фінансах.

2. Школярі мають можливість подорожувати як з сім'єю, так і в туристських групах. Хоча їхня економічна самостійність обмежена, вони можуть здійснювати подорожі без батьків за наявності відповідного доручення на супроводжуючу особу.

3. Молодь здебільшого не є фінансово забезпеченою, але проявляє самостійність у виборі та організації своїх подорожей.

4. Люди після 30 років часто подорожують у складі сім'ї або з дітьми, віддаючи перевагу комфортним умовам відпочинку.

5. Середній та старший вік туристів характеризується економічною незалежністю, проте вони часто обирають менш активні форми відпочинку, а також зазвичай відпочивають без дітей.

Отже, зрозуміло, що з віком змінюється не лише спосіб подорожі, але й ступінь економічної самостійності та переваги в виборі форм відпочинку.

У поточному періоді відбуваються важливі соціально-економічні зміни, які впливають на динаміку туристичного ринку. Ось кілька основних моментів, які підкреслюють ці зміни:

1. Зростання числа працюючих жінок, що веде до підвищення фінансової спроможності сімей і створення нових можливостей для подорожей, як ділових, так і для відпочинку. Жінки, які працюють, мають можливість використовувати власні доходи на подорожі, що сприяє загальному зростанню попиту на туристичні послуги.

2. Тенденція до пізніх шлюбів. Пара, що одружується пізніше, часто має більше ресурсів для подорожей. Це може включати медові місяці, подорожі на відпустки та інші активності, що робить їх більш активними учасниками

туристичного ринку.

3. Зростання кількості одиноких людей і бездітних сімей, а це формує новий сегмент на туристичному ринку – "поїздки для одиноких". Такі поїздки можуть включати організацію турів і подорожей, спеціально розроблених для людей, які подорожують наодинці, що також відкриває нові можливості для туристичних компаній.

4. Збільшення тривалості оплачуваних відпусток, що позитивно впливає на розвиток туризму, оскільки люди матимуть більше часу для подорожей, що підвищує їхній інтерес до різноманітних туристичних пропозицій. Довші відпустки створюють більшу можливість для подорожей не лише в межах країни, але й за кордон, що в свою чергу веде до зростання доходів від туризму.

Тобто, соціально-економічні зміни, такі як зростання числа працюючих жінок, пізні шлюби, збільшення кількості одиноких людей і подовження тривалості відпусток, значно впливають на туристичний ринок, створюючи нові можливості для розвитку і зростання доходів.

Послаблення імміграційних обмежень на туристичну галузь є дуже актуальним. Ось кілька ключових аспектів, які варто виділити [33]:

- переміщення трудових ресурсів: Послаблення імміграційних обмежень дозволяє працівникам з країн третього світу знайти роботу в розвинених країнах, зокрема в туристичному секторі. Це не лише допомагає заповнити вакансії у готелях, ресторанах та інших туристичних установах, але і підтримує економічний розвиток країн-реципієнтів;

- структура робочої сили: наприклад, у Швейцарії та Німеччині, значна частина робочої сили в туристичному секторі складається з іммігрантів. Це свідчить про те, що ці країни залежать від іноземних трудових ресурсів для підтримки та розвитку своїх туристичних галузей;

- туризм для етнічних груп: з появою нових іммігрантів виникає потреба в туристичних продуктах, які враховують специфіку та потреби етнічних груп.

Це може включати організацію заходів, екскурсій або поїздок, які відображають культурні традиції та інтереси певних груп населення;

- міжнародні поїздки: зростання кількості робітників-мігрантів також призводить до збільшення поїздок між країною проживання та країнами, де вони працюють. Це створює нові можливості для розвитку туризму, включаючи бізнес-туризм, візити до родичів та інші типи подорожей;

- економічний вплив: Присутність іммігрантів у туристичній індустрії може підвищити загальний рівень обслуговування, оскільки вони часто приносять з собою знання мов, культур і традицій, що може збагачувати туристичний досвід.

Таким чином, послаблення імміграційних обмежень відкриває нові горизонти для розвитку туристичної індустрії, формуючи нові сегменти ринку та підвищуючи конкурентоспроможність галузі в глобальному контексті.

Існує кілька видів чинників, які впливають на туристичний попит попит:

- соціо-демографічні чинники: вік, стать, сімейний стан, освіта, склад сім'ї, регіон проживання, сільська або міська місцевість.

Ці чинники відображають характеристики населення, які можуть впливати на вибір туристичних продуктів та послуг. Молодші туристи можуть шукати активні та екстремальні види відпочинку, тоді як люди старшого віку, як правило, віддають перевагу спокійним і комфортним подорожам. Жінки і чоловіки можуть мати різні переваги у виборі напрямків подорожей, виду активностей і типу розміщення. Одинокі люди можуть шукати соціалізації і нових знайомств, тоді як сімейні туристи переважно вибирають місця, які підходять для дітей. Освічені туристи можуть проявляти більший інтерес до культурних та освітніх подій, тоді як менш освічені – до простих форм відпочинку. Великі сім'ї можуть шукати пакети, які пропонують знижки для дітей.

- особистісно-поведінкові чинники: інтереси, цінності, мотиви,

захоплення, стиль життя.

- чинники суспільно-психологічного і культурного характеру : психологія споживання і пріоритети духовних цінностей.

Демографічний чинник – це термін, використовуваний для позначення залежності темпів і пропорцій суспільного розвитку або його окремих економічних параметрів (чисельність трудових ресурсів, частки споживання в національному доході й інші) від чисельності віково-статевої структури і сімейного складу населення, динаміки народжуваності і смертності. Воно характеризує кількісні і якісні сторони населення [33].

Чисельність населення безпосередньо впливає на обсяг споживчого сектору в туризмі. Чим більше людей проживає в певному регіоні, тим вищий потенціал для розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму. Розміщення населення також важливе – густонаселені міста можуть бути джерелом туристичних потоків завдяки доступності транспортних шляхів, інфраструктури та розваг.

Статеві-вікова та шлюбно-сімейна структура суттєво впливає на вибір туристичних продуктів. Наприклад, молоді люди можуть віддавати перевагу активному туризму, тоді як сімейні пари можуть шукати варіанти, зручні для дітей. Статевий аспект також відіграє роль у виборі напрямків: чоловіки та жінки можуть мати різні вподобання стосовно типу відпочинку.

Поведінкові та життєдіяльні характеристики охоплюють інтереси, звички, стиль життя та споживчі пріоритети. Наприклад, туристи, які прагнуть здорового способу життя, можуть вибирати еко-туризм або активний відпочинок. Такі фактори можуть визначити не тільки тип поїздок, а й їхню тривалість, бюджет та бажані умови проживання.

Праця є ключовим фактором розвитку туризму. Доступність трудових ресурсів впливає на якість обслуговування, наявність кваліфікованих кадрів у туристичній індустрії, а також на цінову політику. Висококваліфіковані

працівники можуть забезпечити кращий сервіс, що підвищує загальний рівень привабливості регіону для туристів.

Ці аспекти вказують на те, як демографічні фактори взаємодіють з економічними та соціальними показниками, формуючи загальну картину розвитку туристичної індустрії.

За загальним принципом чоловіки та жінки мають рівні можливості для подорожей, на практиці існують певні обмеження, які можуть вплинути на жінок, особливо на самотніх.

У деяких країнах можуть існувати культурні, соціальні або юридичні обмеження, що ускладнюють в'їзд самотнім жінкам. Це може проявлятися у формі додаткових вимог, таких як наявність супроводжуючого чоловіка або письмового дозволу. Такі правила можуть бути обумовлені традиційними поглядами на роль жінки в суспільстві або безпекою.

Однак, все більше жінок активно подорожують і беруть участь у туристичних поїздках. Це може бути пов'язано зі змінами у суспільстві, збільшенням рівня освіти, фінансовою незалежністю та усвідомленням можливостей, які пропонує туризм. Жінки починають займати активні позиції у виборі напрямків, типів відпочинку та формування подорожей, що дозволяє їм відстоювати свої права на подорожі.

Безпека залишається важливим питанням для жінок-подорожуючих. Вибір безпечних напрямків, участь у групових турах або обирати добре зарекомендовані туристичні компанії допомагають жінкам відчувати себе комфортно під час подорожей.

Туризм також може стати платформою для підвищення обізнаності щодо гендерних питань. Участь жінок у туристичній індустрії, розробка програм, що відповідають потребам жінок, та просування безпечних умов для жінок-подорожуючих можуть сприяти змінам у сприйнятті жінок у суспільстві.

В результаті, хоч жінки стикаються з певними викликами в туристичній

сфері, їх активність і рішучість все більше змінюють традиційні підходи до подорожей, сприяючи створенню більш інклюзивного середовища.

Зростає популярність спеціалізованих поїздок для професіоналів та організацій відображає важливі тенденції в сучасному туризмі. Це справді вказує на зміну акценту в туристичних пропозиціях, орієнтуючи їх на потреби колективів і окремих професій. Давайте розглянемо це детальніше:

Спеціалізовані поїздки, такі як teambuilding та incentive тури, стають важливими елементами в корпоративному світі. Вони не лише допомагають у підвищенні кваліфікації працівників, але й сприяють покращенню командної роботи та формуванню здорового робочого середовища. Teambuilding тури включають активності, спрямовані на розвиток командного духу, покращення комунікації та взаєморозуміння серед колег. Це можуть бути як спортивні змагання, так і творчі завдання, які допомагають розвинути командні навички. Incentive тури: Вони орієнтовані на мотивацію співробітників, які досягли певних успіхів у роботі. Такі поїздки часто включають елементи розваги та відпочинку, що робить їх ефективним способом підвищення лояльності та залученості працівників.

Міський стиль життя часто супроводжується високим рівнем стресу через постійну зайнятість, жорсткий графік та швидкий ритм. У таких умовах туризм виступає як [45]:

- туризм як засіб відновлення – для містян подорожі стають важливим способом відновлення енергії, зменшення стресу та поліпшення психологічного стану. Туризм дозволяє відволіктися від повсякденних турбот і насолодитися новими враженнями;

- зміна обстановки – потреба змінити обстановку стає ключовою. Це може включати як короткі відпочинки на вихідних, так і довші поїздки. Важливо, що навіть кілька днів на природі або в новому місці можуть суттєво поліпшити якість життя;

Сучасний підхід до управління персоналом все більше враховує важливість відпочинку для підвищення продуктивності. Інтеграція відпочинку в робочі процеси стає необхідністю. Корпоративні поїздки, які сприяють розвитку командного духу та створенню позитивної робочої атмосфери, стають невід'ємною частиною стратегії багатьох компаній. Здорові, щасливі працівники з хорошим балансом між роботою та особистим життям, зазвичай, більш продуктивні та креативні.

Отже, спеціалізовані поїздки не тільки сприяють професійному зростанню, але й мають значний вплив на добробут працівників, допомагаючи їм адаптуватися до викликів сучасного життя.

Туризм різною мірою робить впливає на життя місцевого населення, його матеріальну і духовну діяльність, систему цінностей, громадську поведінку, інтереси. І ті, і інші часто є носіями різних релігій і культур.

До позитивної дії на життя місцевого населення аспектів слід віднести:

- створення робочих місць: Туризм створює численні робочі місця в різних секторах, від обслуговування до транспорту та готельного бізнесу. Це важливо для регіонів, де інші можливості працевлаштування обмежені;

- збільшення прибутків: Зростання туристичних потоків часто веде до підвищення прибутків підприємств і місцевого населення, що, в свою чергу, підвищує рівень життя;

- розвиток інфраструктури: З метою задоволення потреб туристів відбувається модернізація та розвиток інфраструктури, включаючи дороги, транспортні мережі, комунальні послуги та культурні організації;

- соціальні та культурні зміни: Туризм стимулює соціальні та культурні процеси, сприяючи обміну ідеями та практиками між туристами та місцевими жителями;

- відродження культурних цінностей: Збільшення інтересу до місцевих культурних традицій, ремесел і звичаїв призводить до їх відродження та

збереження;

- попит на місцеві продукти: Туризм підвищує попит на сільськогосподарську продукцію і товари місцевого виробництва, що підтримує місцеву економіку;

- охорона пам'ятників культури: З метою залучення туристів, місцеві органи влади та громади можуть інвестувати в охорону та відновлення історичних і культурних пам'яток;

- розширення природних комплексів: Туризм може стимулювати збереження природних територій, оскільки їх краса стає основою для туристичної привабливості.

- підвищення привабливості регіону: Туристичні інвестиції можуть зробити регіони більш привабливими для нових підприємств та інвесторів;

- пожвавлення культурного життя: Збільшення туристичного потоку може активізувати культурне життя, включаючи фестивалі, виставки та інші заходи.

Проте, крім позитивних, існують і негативні наслідки, які важливо враховувати:

- комерціалізація культури. З метою задоволення потреб туристів може відбуватися комерціалізація місцевих культур, що веде до знецінення традицій;

- екологічні проблеми – зростання туристичних потоків може негативно вплинути на навколишнє середовище, включаючи забруднення, витрати природних ресурсів і втрату біорізноманіття;

- соціальні конфлікти – взаємодія між туристами і місцевими жителями може призвести до конфліктів, особливо якщо місцеве населення відчуває, що їх культура чи територія експлуатуються;

- зміна традиційного способу життя (туризм може призвести до змін у традиційних стилях життя, що може негативно вплинути на ідентичність місцевих громад);

- економічна залежність – залежність від туризму може зробити місцеву

економіку вразливою до коливань в туристичній галузі.

Таким чином, важливо, щоб розвиток туризму враховував як позитивні, так і негативні наслідки, що він має для місцевих громад. Збалансований підхід може допомогти максимізувати вигоди та мінімізувати ризики, створюючи стійке туристичне середовище, що сприяє розвитку як для туристів, так і для місцевого населення.

Як позитивні, так і негативні аспекти дії туризму на місцеве населення проявляються на різних рівнях:

- національному,
- місцевому або
- індивідуальному.

Актуальне питання інтенсивного розвитку сфери туризму – підготовка фахівців для готельного та ресторанного бізнесу, екскурсоводів, маркетологів і менеджерів спеціалізованих видів туризму і дозвілля.

Варто відмітити, що навіть у слабо розвинених країнах, що розраховують на прийом туристів, необхідно створювати туристську інфраструктуру, що відповідає світовим стандартам. Але кожна країна повинна зберігати місцевий колорит, що важливо для залучення туристів. При цьому певні стандарти доцільно поширювати і на місцеві традиції. Наприклад, асортимент предметів народних промислів слід складати згідно з туристським попитом.

1.3. Вплив моди на споживчі вподобання та туристичні потоки

Володіння інформацією про споживчу поведінку є ключовим елементом для успішного функціонування бізнесу на ринку туристичних послуг, оскільки воно дозволяє компаніям створювати продукти, які відповідають очікуванням і

потребам клієнтів. Споживачі, обираючи напрямок для подорожі, враховують цілий ряд факторів, серед яких основними є їхні економічні можливості, вартість послуг, доступність знижок та акцій, рівень безпеки, інформованість про напрямок та транспортна доступність. Окрім того, на вибір значно впливають соціально-психологічні аспекти: індивідуальні переваги, регіональні особливості, цінності, що можуть змінюватись під впливом моди та культурних трендів.

Компанії, які прагнуть досягти успіху на ринку, повинні враховувати такі фактори на всіх етапах розробки туристичного продукту. Наприклад, використання моди та культурних трендів може допомогти у створенні унікальних пропозицій, які резонують з актуальними запитами ринку [32, с. 35].

Мода як суспільний феномен традиційно досліджується в сферах, пов'язаних із стилем, як-от одяг, взуття, архітектура, краса. Водночас, взаємодія моди та туризму залишається комплексним і багатогранним питанням, що охоплює різні дисципліни та наукові підходи.

Мода в туризмі не лише відображає розвиток суспільства, а й формує культурні та соціальні норми, впливаючи на мотивацію подорожей, на вибір напрямків та тип відпочинку. Раніше подорожі як форма проведення дозвілля були доступні переважно заможним верствам населення і слугували соціальним маркером, що визначав статус і демонстрував право на розкішний спосіб життя. Сьогодні ж туризм набув доступності для широкого кола людей, але все ще залишається своєрідним «маркером» стилю життя.

Мода в туризмі виступає соціальним «мостом» між різними групами, коли, наприклад, представники нижчих страт наслідують відпочинок заможніших груп, або ж сучасні корпорації використовують модні тенденції для збільшення продажів та формування привабливих туристичних пропозицій. Прагнення відповідати моді може впливати на вибір маршрутів, видів активностей, навіть на способи транспортування. Це дозволяє моді та туризму

взаємодіяти таким чином, що мода не лише відображає, але й активно формує туристичний попит, підтримуючи тісний зв'язок між корпоративним маркетингом та споживчими очікуваннями [52]. Сучасні модні тенденції в туризмі розповсюджуються на напрямки, способи і види подорожей, політику ціноутворення та товари туристичного призначення [3].

Мода – поняття багатозначне. У «Тлумачному словнику української мови» читаємо: «Мода – 1) недовготривале панування у суспільстві певних смаків, що виявляються у зовнішніх формах побуту, особливо, в одязі; 2) загальне визнання, популярність у певний час; 3) зразки предметів одягу, взуття, що відповідають таким смакам; 4) манера поведінки, звичка» [27].

Мода в туризмі дійсно має багатошаровий характер, на який впливають не лише особистості та соціальні тренди, а й соціальні, культурні й інфраструктурні фактори [3]. Приклад із Брайтоном яскраво демонструє, як комплекс обставин – поєднання популярності серед аристократії, медичних рекомендацій, архітектурних інновацій і покращеної транспортної інфраструктури – може трансформувати місце в модний туристичний центр.

Річард Расел своїми рекомендаціями щодо морських купань надав науково-медичне обґрунтування відпочинку на узбережжі, що спонукало аристократію звернути увагу на Брайтон. Візити короля Георга IV не лише додали престижу цьому курорту, але й стали потужним стимулом для розвитку інфраструктури, зокрема будівництва нових житлових та відпочинкових об'єктів, таких як екзотичний Королівський павільйон, що додав Брайтону статусу й вишуканості.

З появою залізниці в 1841 році курорт став доступним для ширшого кола туристів, що зробило його відвідування легшим та швидшим. Незважаючи на те, що королева Вікторія не підтримувала популярності Брайтона і відвідала його лише одного разу, цей курорт уже набув усталеної репутації й далі розвивався.

Таким чином, модні тенденції в туризмі нерідко зумовлені цілою низкою чинників, що доповнюють один одного. Вони можуть охоплювати наукові відкриття, інвестиції в інфраструктуру, культурні зміни, а також вплив окремих особистостей.

Баден-Баден – яскравий приклад курорту, де мода, історія та інфраструктурний розвиток тісно переплелися, перетворивши місто на міжнародний центр відпочинку та розваг. Давні римляни, заснувавши поселення Акве Аурелія, почали використовувати гарячі джерела в лікувальних цілях. Проте після руйнування міста у III столітті, ідея бальнеологічного лікування була забута, і лише в епоху Відродження місто почало знову розвиватися як курорт.

Популярність Баден-Бадену значно зросла завдяки російській імператриці Єлизаветі Олексіївні, яка, будучи уродженою принцесою Баденською, розповідала про місто та його переваги, що привернуло до нього увагу російської аристократії. Відтоді Баден-Баден став привабливим для знаті з Росії та інших країн, поступово перетворюючись на модний європейський курорт.

Справжній розквіт Баден-Бадену припав на 30-60-ті роки XIX ст., коли його почали називати «літньою столицею Європи» [3]. Вищий світ, особливо з Парижа, обирав його для літнього відпочинку, що пояснювалося не лише модою, а й розвиненою туристичною інфраструктурою, зокрема побудовою казино та готелів, які забезпечували різноманітне дозвілля. Гральний бізнес, який з'явився в місті, став важливою частиною його привабливості, а реклама та відгуки відомих осіб зробили Баден-Баден осередком розваг і світського життя.

Під впливом моди та інфраструктурних нововведень первісна лікувальна функція міста дещо відходить на другий план, і Баден-Баден набуває статусу місця, де поєднуються розкіш, відпочинок і соціальна активність, роблячи його унікальним символом європейського аристократичного відпочинку.

Історія Микулинців є цікавим прикладом того, як географічне розташування та конкурентна інфраструктура можуть вплинути на долю курорту. На початку XIX ст. власник села, барон Якуб Конопка, побачив потенціал у місцевих сірчаних джерелах і заснував грязелікарню та пансіонат, сподіваючись перетворити Микулинці на відомий оздоровчий курорт на кшталт Баден-Бадену чи Карлсбаду. Деякий час цей задум мав успіх: польська шляхта активно приїздила для лікування, що створювало певний попит та перспективи розвитку для цього місця.

Однак з відкриттям нових прикарпатських курортів, розташованих ближче до центральних районів Австрійської імперії, Микулинці втратили свою привабливість. Їхня віддаленість стала суттєвою перешкодою для розвитку, оскільки для більшості потенційних відпочивальників інші курорти виявилися зручнішими та доступнішими. Інфраструктурний розвиток Микулинців не зміг наздогнати конкурентів, і курорт поступово втратив популярність.

Прийом залучення знаменитостей для популяризації курортів та готелів дійсно став потужним маркетинговим інструментом, що ефективно працює навіть після від'їзду зірок. Запрошуючи знаменитих акторів, кутюр'є, письменників та інших відомих особистостей, підприємці створюють у своїх закладах атмосферу престижу та елітарності. Споживачі, особливо ті, хто орієнтується на смаки відомих людей, обирають саме ці місця, приваблені репутацією, яку формують відгуки про них.

Витрати на обслуговування знаменитостей сторицею повертаються від решти гостей, які сприймають такі заклади як символ розкішного життя. Підприємці також зберігають у закладах пам'ять про зіркових гостей, нагадуючи відвідувачам про вибір, який колись зробили їхні кумири, таким чином підтримуючи унікальну атмосферу та престиж закладу. Ореол слави залишається з місцем надовго, формуючи тяглість популярності серед нових

поколінь клієнтів.

Мода на туристичну дестинацію часто починається саме з цього: відгук або візит знаменитості привертає увагу до місця. Підприємці далі посилюють цей ефект, розвиваючи інфраструктуру, створюючи ексклюзивні розваги й підтримуючи високі стандарти обслуговування. Це дозволяє перетворити місце на привабливий осередок, що поєднує в собі моду, комфорт та емоційний зв'язок з вибором відомих особистостей.

Мода, зі своєю швидкою мінливістю та нерідко ірраціональною природою, безпосередньо впливає і на туристичні дестинації [3]. Бажання бути «в тренді» спонукає людей обирати місця для відпочинку не завжди через практичність чи особисті вподобання, а через актуальність та популярність. Це яскраво демонструє приклад готелю «Гросінгер» – колись престижного курорту, де збиралася американська еліта. Заснований у 1919 році, він став знаковим місцем для бізнесменів і знаменитостей, пропонуючи розкішний відпочинок у вишуканому стилі.

Однак із часом мода на такі традиційні курорти почала згасати. У середині XX століття набули популярності екзотичні пляжі та європейські гірськолижні курорти, які вважалися новими й більш привабливими варіантами відпочинку. Люди все більше орієнтувалися на сучасні та незвичні дестинації, що відповідали трендам того часу. Традиційний стиль розкішного відпочинку, який уособлював «Гросінгер», виявився «застарілим» і несумісним із новими смаками. Внаслідок зниження попиту готель був змушений закритися у 1986 році.

Цей випадок ілюструє, як дестинації втрачають актуальність під впливом мінливих туристичних трендів. Модні тенденції спонукають людей до пошуку нових вражень і локацій, навіть якщо вони не завжди відповідають індивідуальним потребам чи є практичними. Курорти, що не встигають адаптуватися до цих змін, ризикують стати частиною минулого, оскільки

туристи надають перевагу новизні та відповідності сучасним смакам [3].

Падіння популярності курортів часто зумовлюється не лише зміною модних тенденцій, але й об'єктивними чинниками, такими як перенасичення, деградація ресурсів та навіть природні й політичні катаклізми. На піку своєї популярності багато курортів стикаються з надмірним навантаженням на природні ресурси та інфраструктуру, що призводить до погіршення їхньої екологічної та естетичної привабливості, а згодом і до відтоку туристів.

Приклад Сан-Антоніо дель Текендама в Колумбії демонструє, як екологічні проблеми можуть серйозно вплинути на репутацію місця. Готель поблизу водоспаду Текендама, відомого своїми мальовничими видами, тривалий час приваблював заможних мандрівників. Проте, коли водоспад став забруднюватися та частково зневоднюватися, туристичний потік зменшився. У таких випадках навіть статус популярної DESTINATION не може компенсувати погіршення природних умов.

Крім екологічних причин, існують випадки, коли курорти занепадали через катастрофи, війни або економічні потрясіння. Наприклад, курорт Вілья Епекуен в Аргентині, який затопило озеро після тривалих дощів, став символом руйнівної сили природи. Купарі в Хорватії, колись популярний серед туристів, було зруйновано під час війни 1990-х років. Інший приклад – Гагра в Абхазії, курорт, що занепадав через політичні зміни та економічну кризу.

Ці приклади показують, що мода на туристичні DESTINATION може раптово обірватися через зовнішні обставини, які не піддаються контролю. Незважаючи на всі зусилля підприємців, що прагнуть продовжити популярність курорту, природні, соціальні та політичні фактори часом стають вирішальними.

Час від часу мода повертається, відроджуються забуті тренди. Так, час від часу на піку популярності з'являються, а потім знову зникають сільський, дачний, активний види туризму, клубний відпочинок, щоб через деякий період часу з'явитися в новій видозміні та завоювати нових прихильників.

Сучасна мода відзначається багатоваріантністю, що дозволяє кожній людині виражати свою індивідуальність і знаходити власний стиль навіть у туризмі. Сьогодні в кожному напрямку туризму – масовому чи альтернативному – існують популярні тренди та модні дестинації, які відповідають різноманітним смакам і стилям життя. Проте, що цікаво, нині модно бути "немодним": багато людей намагаються уникати масових маршрутів і обирають індивідуальні, нестандартні варіанти відпочинку. Це явище створює тренд на унікальність, що часто спонукає людей шукати маловідомі місця або нові формати відпочинку, які можуть вирізняти їх серед інших.

Така свобода вибору підкреслює ключову особливість моди: людина вирішує сама, як і що їй обрати, і кожен вибір є добровільним. Навіть якщо це слідування останнім трендам, рішення приймається свідомо та відображає особисте бажання належати до певного стилю життя чи соціальної групи.

Мода в туризмі стала простором для індивідуального самовираження, де люди можуть обирати між популярними дестинаціями, традиційними видами відпочинку або ж сміливо шукати нові, автентичні враження.

Виділяють наступні етапи вибору: первинне ознайомлення, інтерес, оцінка, випробовування та реалізація рішення. Ось характеристика стадій типового прикладу купівлі-продажу туристичної путівки.

1. Стадія ознайомлення. На цьому етапі споживач уперше дізнається про об'єкт – нову послугу, напрямок, заклад чи вид діяльності, часто з реклами, засобів масової інформації або від турагента. Інформація, яку він отримує, зазвичай загальна, але повинна викликати інтерес і створити відчуття, що цей продукт – сучасний, популярний і вартий уваги.

2. Стадія інтересу. Після ознайомлення виникає цікавість, і споживач починає активно шукати додаткову інформацію. Він може зазирнути в Інтернет, прочитати відгуки або звернутися за консультацією до турагента. Тут

важливо, щоб кожна нова інформація підкріплювала його зачарування й бажання спробувати продукт.

3. Стадія оцінки. На цій стадії потенційний клієнт більш усвідомлено оцінює, наскільки новий продукт чи послуга підходять йому. Він «приміряє» об'єкт на себе, аналізуючи, чи відповідає він його бюджету, фізичним можливостям, здоров'ю, уподобанням і наявності вільного часу.

4. Стадія випробовування. Споживач намагається отримати підтримку з боку близького оточення – друзів, родини, знайомих чи навіть знаменитостей, яким він довіряє. Дуже важливо, щоб турагент, який консультує клієнта, також відігравав роль цього авторитетного джерела. Думка інших людей може часто бути вирішальним чинником, що переважає власні сумніви та оцінки клієнта.

5. Стадія прийняття рішення. Приймаючи рішення про купівлю, споживач підтверджує своє бажання відповідати модним трендам або виділитися за допомогою вибору. Після здійснення покупки важливо підтримувати зв'язок із клієнтом, допомагаючи йому відчувати позитивні емоції від прийнятого рішення. Це може включати надання додаткових рекомендацій, привітання з вибором або підтримку в очікуванні приємного досвіду.

Загалом цей процес показує, наскільки важливо для підприємців не лише залучити клієнта, але й підтримати його інтерес та впевненість на кожному етапі взаємодії. Спілкування після купівлі – важливий елемент, який може підвищити рівень задоволеності клієнта та його бажання рекомендувати послугу іншим.

Справді, мода на туристичні дестинації та послуги може виникнути лише тоді, коли вона відображає реальні бажання і інтереси суспільства. Оголошення про "модність" якогось виду туризму чи дестинації без урахування цих факторів може призвести до неуспішності та невдач. Успішне впровадження моди в туристичний сектор вимагає [3]:

1. Соціологічних досліджень, які допоможуть зрозуміти, що насправді

цікаво споживачам, які їхні переваги, які цінності і тенденції домінують у суспільстві. Це дозволяє визначити, які напрямки туризму можуть стати популярними.

2. Соціально-психологічних досліджень. Вони можуть допомогти виявити мотивацію споживачів, їхні емоційні потреби, а також фактори, які впливають на їхні рішення. Наприклад, у сучасному світі зростає інтерес до екологічного туризму та відповідального споживання, що є реакцією на глобальні екологічні проблеми.

3. Аналіз тенденцій. Вивчення сучасних трендів у суспільстві, моди, стилю життя, технологій – усе це має значення для визначення, які дестинації можуть стати популярними. Це може включати, наприклад, зростаючий інтерес до wellness-туризму, туризму на основі досвіду (experience tourism) чи культурних подорожей.

4. Гнучкість в адаптації – важливо, щоб туристичні підприємства могли швидко реагувати на зміни в споживчій поведінці, адаптуючи свої послуги та пропозиції відповідно до нових тенденцій.

Таким чином, модні тенденції в туризмі повинні бути результатом глибокого аналізу потреб і бажань споживачів, щоб мати шанси на успіх та стійкість на ринку.

Підсумовуючи, зазначимо, що успішність дестинацій, закладів і видів відпочинку багато в чому залежить від того, як вони адаптуються до модних тенденцій, але також від їхньої спроможності утримувати популярність завдяки позитивним впливам.

Ось кілька важливих аспектів, які варто враховувати в цьому контексті:

1. Циклічність моди – мода має циклічний характер. Тому аналіз минулих тенденцій може допомогти виявити нові можливості. Деякі старі концепції можуть отримати нове дихання завдяки сучасним змінам у споживчих перевагах.

2. Вплив соціокультурних і економічних факторів: Мода в туризмі не є єдиним чинником, що впливає на вибір дестинацій. Економічна ситуація, соціальні тенденції, технологічні інновації та екологічні питання також відіграють важливу роль. Важливо враховувати всі ці чинники для створення стабільного і привабливого туристичного продукту.

3. Позитивне закріплення трендів. Після досягнення моди на певну дестинацію чи послугу, важливо підтримувати цей інтерес через якісні послуги, зручності, безпеку та інші аспекти, що впливають на задоволення клієнтів. Відповідна інфраструктура та сервіс можуть суттєво підвищити шанси на тривалу популярність.

4. Поведінка споживачів. Розуміння особливостей споживчої поведінки має вирішальне значення. Розробка стандартів поведінки менеджерів із продажу, які враховують ці особливості, може суттєво підвищити ймовірність успішних продажів і задоволення клієнтів.

5. Готовність суспільства до нововведень: Перед впровадженням нових трендів важливо провести дослідження готовності споживачів до змін. Це дозволить краще адаптувати пропозицію та уникнути можливих невдач.

У результаті, для досягнення успіху в розвитку туристичних дестинацій, необхідно інтегрувати модні тенденції з глибоким розумінням соціокультурних, економічних та психологічних аспектів споживчої поведінки.

У другому розділі буде проведено аналіз сучасних тенденцій демографічних процесів у світі та її вплив на розвиток туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

2.1. Аналіз чисельності населення світу та його динаміка

За інформацією ООН, у листопаді 2022 року населення світу досягло 8 мільярдів осіб, що стало результатом тривалого зростання, обумовленого низкою факторів. Покращення в галузі охорони здоров'я, якіснішого харчування, особистої гігієни та прогресу в медицині сприяли збільшенню тривалості життя. У багатьох країнах також зберігається високий рівень народжуваності, що додатково стимулює ріст чисельності населення.

Згідно з прогнозами ООН, для збільшення населення з 7 до 8 млрд. знадобилося 12 років, а щоб досягти 9 мільярдів, знадобиться приблизно 15 років – до 2037 року. Це свідчить про уповільнення темпів зростання, хоча загальна чисельність продовжує збільшуватись, що ставить нові виклики перед країнами у сфері забезпечення ресурсами та адаптації до змін демографічної структури [48]. Це є ознакою того, що загальні темпи зростання світового населення сповільнюються.

Згідно з останніми даними, країни з найвищими рівнями народжуваності, як правило, мають низький дохід на душу населення. Тому основне зростання світового населення дедалі більше зосереджується в найбідніших країнах, переважно в регіоні Африки на південь від Сахари.

Попри те що населення планети зростає, темпи його приросту знизилися до найнижчого рівня з 1950 року, і у 2020 році річний приріст упав нижче 1%. Прогнози ООН показують, що населення світу може досягти 8,5 мільярдів осіб у 2030 році та 9,7 мільярдів у 2050 році. Пік чисельності очікується на рівні близько 10,4 мільярда людей у 2080-х роках, і цей показник має залишатися

стабільним до кінця століття - приблизно до 2100 року.

Такі зміни в демографії ставлять нові виклики перед країнами, особливо тими, що стикаються з обмеженими ресурсами та потребують підтримки для розвитку економіки та соціальної інфраструктури.

У звіті World Population Prospects 2022 підкреслено значне зниження рівня народжуваності в багатьох країнах світу за останні десятиліття. На сьогодні дві третини світового населення проживає в регіонах, де середній рівень народжуваності становить менше 2,1 народження на жінку, що відповідає так званому "рівню заміщення" – показнику, необхідному для підтримки стабільної чисельності населення в умовах низької смертності. Це означає, що у відсутності міграції населення таких країн у довгостроковій перспективі буде скорочуватися.

Населення 61 країни або регіону скоротиться на понад 1% між 2022 та 2050 роками. Це зумовлено поєднанням факторів низької народжуваності та високих рівнів еміграції. Така демографічна динаміка особливо характерна для економічно розвинених країн, де частка літніх людей зростає, що створює додаткове навантаження на соціальні системи та економіку загалом [48].

Понад половину прогнозованого зростання світового населення до 2050 р. буде зосереджено всього у восьми країнах: ДР Конго, Єгипті, Ефіопії, Індії, Нігерії, Пакистані, Філіппінах і Танзанії. Країни Африки на південь від Сахари внесуть більше половини очікуваного приросту до 2050 року.

Очікується, що глобальне старіння населення буде помітним у найближчі десятиліття. За прогнозами, частка людей віком 65 років і старше зросте з 10% у 2022 році до 16% у 2050 році. До того часу кількість літніх людей у світі буде більш ніж удвічі більшою за кількість дітей віком до 5 років і дорівнюватиме кількості дітей до 12 років. Такий розвиток подій свідчить про значну зміну в демографічному складі населення, що матиме серйозний вплив на економічні, соціальні та медичні системи різних країн.

Згідно з даними ООН, середня очікувана тривалість життя при народженні у 2019 році сягнула 72,8 років, що на 9 років більше порівняно з 1990 роком. Подальше скорочення рівня смертності може підвищити середню тривалість життя до 77,2 років у 2050 році. Однак залишається нерівність між країнами: у найменш розвинених країнах тривалість життя все ще значно відстає від середньосвітового показника, що вказує на необхідність покращення умов охорони здоров'я та життєвих стандартів у цих регіонах.

Очікується, що демографічні зміни значно вплинуть на туризм у найближчі десятиліття, змінюючи не лише типи туристів, але й їхні уподобання щодо маршрутів і особливості організації поїздок. До основних демографічних тенденцій, які формуватимуть майбутній туристичний ринок, належать:

1. Зростання чисельності населення. За прогнозами, до 2030 року населення світу може сягнути 8,3 мільярда осіб, що спричинить зростання попиту на туристичні послуги, включаючи популярні місця відпочинку та пам'ятки.

2. Збільшення тривалості життя. Оскільки середня тривалість життя зростає, збільшується і частка літнього населення, яке матиме свої особливі вимоги до подорожей: від комфортного розміщення до медичної допомоги та інфраструктури. Це стимулює розвиток медичного та оздоровчого туризму.

3. Урбанізація. Зі зростанням частки населення, що мешкає в містах, міські жителі, прагнучи відпочити від стресу, все більше орієнтуватимуться на відпочинок на природі, в еко-курортах та тихих місцях.

4. Міграція та культурна різноманітність. Збільшення кількості мігрантів сприяє розвитку турпродуктів, які орієнтовані на специфічні етнічні групи, а також стимулює інтерес до культурного туризму, де туристи прагнуть ознайомитися з традиціями й культурою інших народів.

5. Зміна структури сім'ї. Поширення бездітних сімей і збільшення кількості самотніх людей змінює попит на тури для одиночних мандрівників, у

тому числі тематичні поїздки й групові тури для одиноких людей.

Такі зміни в структурі туристів можуть трансформувати підходи до створення нових туристичних послуг, формування сучасних туристичних продуктів і розвиток інфраструктури, відповідної для всіх вікових та соціальних груп (рис. 2.1.1).

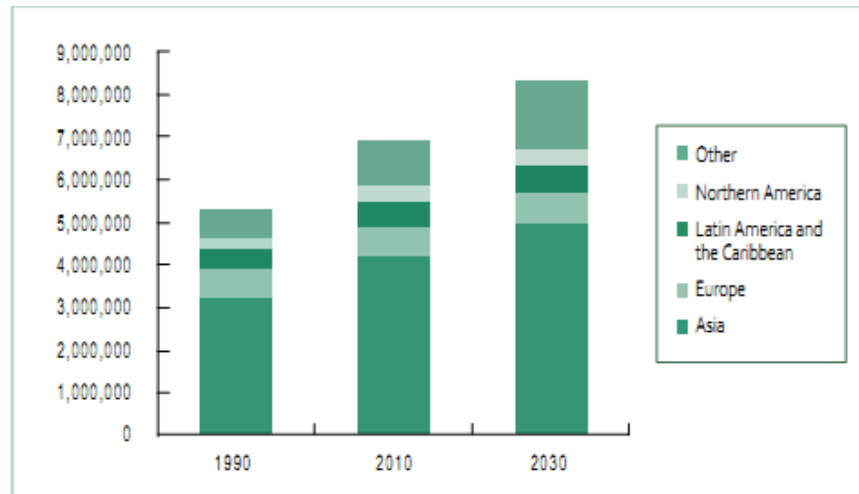


Рис. 2.1.1 Тенденції зміни чисельності населення у 1990-2030 рр., за [12]

Зі зростанням чисельності населення конкуренція серед туристичних компаній стає більш жорсткою, адже зростає потреба пропонувати індивідуалізовані продукти для різних груп туристів. Туристичний ринок стає дедалі фрагментованішим, оскільки компанії орієнтуються на різні уподобання поколінь і багатонаціональні потреби. Щоб залишатися конкурентоспроможними, турфірми мають:

1. Адаптувати свої послуги до різних поколінь. Молодші туристи, переважно зайняті повний робочий день, прагнуть розслабитися під час короткочасних відпочинків, надаючи перевагу місцям для релаксації та пригод. Водночас старші туристи, які часто мають більше вільного часу, зацікавлені в глибших культурних враженнях та нових видах туризму, як-от екологічні та медичні тури.

2. Розвивати спеціалізовані продукти для різних груп. Туризм для літніх людей, сімейні подорожі, індивідуальні подорожі та тури для молоді — всі ці

напрямки вимагають різних підходів до організації поїздок, інфраструктури та сервісу.

3. Пропонувати мультикультурні тури та інтегрувати культурні особливості різних країн. Зважаючи на зростання попиту на поїздки, орієнтовані на етнічні та культурні спільноти, компанії можуть створювати спеціальні пропозиції, що відображатимуть традиції та смаки різних культур.

Зважаючи на зростання населення, що зараз досягло 8 мільярдів, та значні демографічні зміни, туристична галузь має пристосовуватися до нових викликів і потреб різних груп клієнтів, щоб зберегти свою актуальність та привабливість на глобальному ринку.

Щохвилини у світі народжується в середньому 250 дітей, а це – понад 130 млн. нових людей щороку. Тож не дивно, що населення, яке зараз становить колосальні 8 мільярдів, з середини 20 ст. зросло більш ніж утричі.

На рис. 2.1.2 та 2.1.3 показано інфографіку Visual Capitalist [92], створену на основі даних ООН за грудень 2022 року та прогнозів Французького інституту демографічних досліджень (INED), щоб показати різницю в зростанні та падінні населення світу до 2050 року.



Рис. 2.1.2 Топ-50 країн з найбільшою чисельністю населення у 2022 р., за [92]

«Азійські країни Індія та Китай уже сотні років очолюють рейтинги найбільш густонаселених країн світу. Наразі Китай займає перше місце в цьому списку, але очікується, що Індія випередить його до кінця 2023-го року, і

врешті-решт досягне 1,67 мільярда людей у 2050 році» за [92].



Рис. 2.1.3 Топ-50 країн з найбільшою чисельністю населення у 2050 р., за [92]

У 2022 році США, Нігерія, Пакистан та Індонезія займали місця серед країн з найбільшим населенням, і очікується, що вони зберігатимуть ці позиції до 2050 року (табл. 2.1.1). Однак, навіть разом, населення цих країн не становить і половини населення Індії та Китаю, які є беззаперечними лідерами за чисельністю населення.

Таблиця 2.1.1

Прогноз чисельності населення до 2050 р., [92].

Rank	Most Populous Countries (2022)	Population (2022)	Most Populous Countries (2050)	Population (2050)
1	China	1.43B	India	1.67B
2	India	1.42B	China	1.32B
3	United States of America	338M	United States of America	375M
4	Indonesia	276M	Nigeria	375M
5	Pakistan	236M	Pakistan	366M
6	Nigeria	219M	Indonesia	317M

Особливо примітним є швидке зростання населення Нігерії, яка за прогнозами досягне приблизно 375 мільйонів людей до 2050 року, майже зрівнявшись із населенням США. У 2022 році населення Нігерії становило близько 219 мільйонів, і його різке збільшення очікується завдяки високій

народжуваності та швидким темпам урбанізації, що залучають людей із сільських районів до міських. Швидкий приріст населення супроводжується економічним розвитком, що приваблює внутрішніх мігрантів і сприяє зростанню міст.

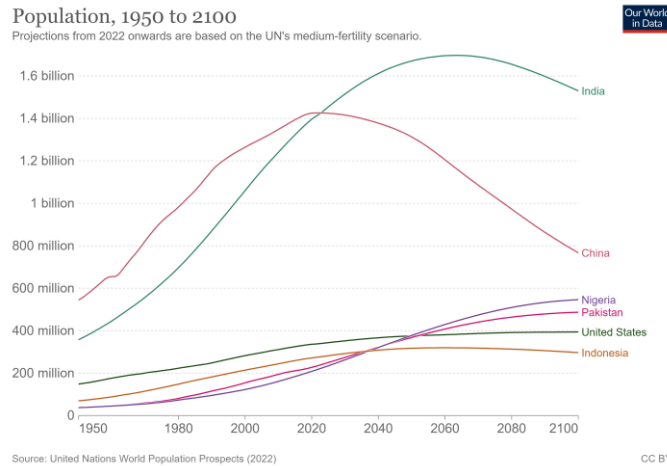


Рис. 2.1.4 Прогноз чисельності населення у окремих країнах на 2100 р., за [92].

Як видно з рис. 2.1.5, у той час як у багатьох країнах у наступні три десятиліття спостерігатиметься бум населення, очікується, що в інших країнах, таких як Китай, відбудеться зворотній процес.

Прогноз зменшення чисельності населення до 2050 р., [92].

Country	Population (2022)	Population (2050F)
China	1.425 billion	1.316 billion
Japan	123.9 million	104.1 million
Russian Federation	144.7 million	133.4 million
Italy	59.0 million	52.4 million
Republic of Korea	51.8 million	45.9 million
Germany	83.4 million	79.1 million
Thailand	71.7 million	68.1 million
Spain	47.6 million	44.3 million

Прогнозоване скорочення населення в ряді країн, спричинене низьким рівнем народжуваності, вже зараз викликає занепокоєння щодо потенційних економічних наслідків. Зокрема, в Південній Кореї, яка має найнижчий у світі

рівень народжуваності, населення може скоротитися майже на 12% і знизитися до 46 мільйонів до 2050 року. Це – лише одна з країн, які можуть зіткнутися з подібними демографічними викликами в найближчі десятиліття.

Така зміна демографічних тенденцій може вплинути на глобальні економічні процеси. Основні виклики, які можуть постати перед економіками через демографічне скорочення:

1. Нестача робочої сили. Зі скороченням населення зменшується і кількість активної робочої сили. Це може негативно вплинути на продуктивність і конкурентоспроможність країн, особливо в сферах, що потребують багато працівників.

2. Старіння населення. Зі зростанням частки літніх людей зростає потреба в медичних і соціальних послугах, що створює додаткове навантаження на економіку. Країни з великим відсотком літніх людей також можуть зіткнутися з дефіцитом пенсійних фондів і зростанням витрат на соціальне забезпечення.

Наступним кроком буде дослідження урбанізації та її вплив на розвиток туризму.

2.2. Урбанізація та її вплив на розвиток туризму

Урбанізація тісно пов'язана з розвитком туризму, оскільки мешканці міст, як правило, мають більше вільного часу і вищі доходи, що дозволяє їм більше подорожувати. Урбанізовані регіони також часто виступають як осередки для розвитку як в'їзного, так і виїзного туризму, завдяки зосередженню історико-культурних та пізнавальних ресурсів, що приваблює туристів. Міста, такі як Токіо, Нью-Йорк, Рим, Париж, Лондон, Афіни, Мадрид та інші, є популярними туристичними центрами завдяки своїй багатій культурній та подієвій спадщині,

а також численним можливостям для ділового туризму.

Крім того, урбанізація спричиняє збільшення міського населення, оскільки сільські жителі переїжджають до міст, що також сприяє зростанню кількості людей, які можуть дозволити собі подорожі. Міське населення частіше подорожує, бажаючи відпочити від міського шуму та стресів, притаманних сучасному ритму життя. Очікується, що кількість туристів із різних міст зростатиме, оскільки потреба відпочинку та прагнення до змін серед міських жителів залишатиметься актуальною тенденцією [40].

Таблиця 2.2.1

Найбільші міста світу протягом історії, складено за [88].

Роки, до н.е / н.е.	Місто	Сучасна країна	Чисельність населення, жителів
-2500	Мемфіс	Єгипет	35 000
-2000	Ур	Ірак	60 000
-1500	Урук	Ірак	75 000
-1200	Вавилон	Ірак	80 000
-1100	Інсюй	Китай	50 000
-1000	Chengzhou	Китай	35 000
-700	Ніневія	Ірак	100 000
-400	Вавилон	Ірак	150 000
-300	Александрія	Єгипет	150 000
-50	Рим	Італія	700 000
0	Рим	Італія	1 000 000
100	Рим	Італія	1 000 000
500	Константинополь	Туреччина	450 000
1000	Кайфен	Китай	1 000 000
1500	Пекін	Китай	678 000
1800	Пекін	Китай	1 100 000
1900	Лондон	Великобританія	6 600 000
1950	Нью-Йорк	США	12 300 000
2000	Токіо	Японія	26 400 000
2050	Делі	Індія	40 000 000

Урбанізація має значний вплив на розвиток туризму, стимулюючи різні його види. Вона, з одного боку, створює умови, в яких міське населення, перебуваючи під впливом шумового забруднення, високих темпів життя та стресу, прагне відпочити від напруженого середовища. Це сприяє популяризації

таких видів туризму, як сільський зелений туризм, агротуризм і екотуризм, оскільки мешканці міст прагнуть "втекти" до спокійнішої сільської місцевості та насолодитися природою.

З іншого боку, великі міста, завдяки зосередженню історико-культурних та культурно-пізнавальних ресурсів, виступають потужними туристичними центрами, що приваблюють туристів, зокрема іноземних. Вони стають центрами туристичних кластерів, об'єднуючи різні об'єкти, послуги та інфраструктуру для забезпечення привабливості туристичної дестинації.

Також важливо врахувати третій аспект: через урбанізацію зменшується чисельність сільського населення, яке раніше здебільшого займалося сільським господарством і не брало активної участі в туристичній діяльності. У результаті ці групи населення інтегруються у туристичну галузь як новий сегмент, розширюючи ринок та збагачуючи його пропозицією, зокрема у сфері сільського та зеленого туризму.

Карфаген справді був одним із найпотужніших і найбагатших міст стародавнього світу, що розташовувався на території сучасного Тунісу. Його багатство та стратегічне розташування забезпечили Карфагену важливу роль у торгівлі й політиці в Середземномор'ї. Однак суперництво з Римом призвело до серії конфліктів, відомих як Пунічні війни, з яких третя, завершальна, стала фатальною для Карфагену.

У 146 р. до н.е., після важкої облоги, римляни захопили і зруйнували місто дощенту, намагаючись знищити Карфагенську республіку раз і назавжди. За легендами, римляни навіть посипали землю сіллю, щоб вона більше не могла родити, хоча сучасні історики ставлять під сумнів цей факт. Руйнація Карфагена дійсно була настільки повною, що про карфагенську культуру і життя відомо мало, адже залишилося дуже мало артефактів і джерел.

Після падіння Карфагену Рим почав швидко зростати, згодом ставши найбільшим містом античності. Після занепаду Римської імперії в західній

частині саме Константинополь, столиця Східної Римської імперії, зайняв місце наймогутнішого і найбільшого міста, зберігаючи статус культурного й економічного центру.

У таблиці 2.2. 1 можна побачити потужність індустріалізації і технологій [40]. До промислової революції населення більшості міст обмежувалося сотнями тисяч, адже розвиток великих міських центрів стримували проблеми з санітарією, харчуванням і транспортом. І лише з початком індустріалізації у 1800-х роках ці обмеження поступово долалися, що дало змогу містам, як Лондон, Нью-Йорк та Токіо, досягати населення понад мільйон.

Сучасна урбанізація стала основною демографічною тенденцією ХХ ст. У 1950 році в містах проживало менше ніж 30% світового населення, тоді як, за прогнозами, до 2030 року міське населення зросте до 60%, а до 2050 року – до 70%. У багатьох розвинених країнах цей показник вже зараз є надзвичайно високим: у США 81% населення живе в міських районах, у Канаді – 82%, в Австралії – 89%, а в Німеччині – 75%. Міста стали не лише центрами зосередження населення, а й економічними "двигунами" країн. Наприклад, Нью-Йорк та Лос-Анджелес забезпечують значний внесок у ВВП США, і на 20 найбільших міських районів припадає близько 52% національного виробництва.

Крім того, міста з багатою історією, як Рим, Афіни або Каїр, мають величезний туристичний потенціал, адже зберігають культурні надбання, які приваблюють мільйони відвідувачів щороку. Таблиці з динамікою розвитку міст, що відображають їхнє зростання з 2500 р. до н.е., можуть показати як поступово зростала урбанізація та поширювалися урбаністичні практики, починаючи від найдавніших цивілізацій до сучасних мегаполісів.

Сучасна урбанізація є потужним стимулом для розвитку глобальної економіки та туризму. Вона не лише сприяє збільшенню міського населення та виникненню мегаполісів, а й змінює спосіб життя, економічні моделі та

соціальну структуру суспільства. Зокрема, 600 найбільших міст світу зараз забезпечують близько 60% світової економічної продукції. Ця економічна привабливість стимулює міграцію з сільських регіонів до міст, оскільки саме міста пропонують кращі можливості для роботи, навчання та соціального розвитку.

Особливо стрімке зростання спостерігається в містах Африки та Азії, де темпи приросту міського населення є найвищими. В Африці, де більшість населення традиційно проживала в сільській місцевості, урбанізація стала справжньою демографічною революцією, сприяючи формуванню нових ринків праці та інфраструктури.

Таблиця 2.2.2

Рівень урбанізації в окремих країнах світу [складено за 63].

Рейтинг	Країна	Показник урбанізації, %
1	Ангілья	100.0
2	Бермудські Острови	100.0
3	Гібралтар	100.0
4	Кайманові Острови	100.0
5	Макао	100.0
6	Монако	100.0
7	Науру	100.0
8	Сінгапур	100.0
89	Україна	69.5
224	Ліхтенштейн	14.3
225	Папуа-Нова Гвінея	13.0
226	Бурунді	11.8
227	Монтсеррат	9.0
228	Тринідад і Тобаго	8.5

Урбанізація також сприяє розвитку туризму. Мегаполіси приваблюють туристів не тільки завдяки своїй архітектурі, культурним подіям та історичним пам'яткам, а й через своє унікальне середовище, що відображає сучасний міський стиль життя. Розширення туристичних можливостей відбувається завдяки розвитку інфраструктури, зростанню кількості готелів, ресторанів,

торгових центрів і розважальних комплексів. Міста стають центрами культурного та ділового туризму, а зростання рівня урбанізації сприяє розширенню туристичних потоків, зокрема, за рахунок скорочення населення сільської місцевості, що переїжджає до великих міст у пошуках нових можливостей (див. табл. 2.2.2). Міське населення дійсно демонструє більшу активність у подорожах, що зумовлено рядом факторів, зокрема наявністю вільного часу, вищими доходами та доступом до інформації про різноманітні туристичні пропозиції. Цей тренд значно впливає на розвиток міжнародного туризму.

Урбанізація дійсно впливає на розвиток туризму не лише як економічний фактор, але й з точки зору психологічної потреби міського населення. Життя в містах, особливо в мегаполісах, часто супроводжується високим рівнем стресу, швидким темпом, великою кількістю соціальних контактів або ж, навпаки, відчуженістю. Через такі обставини мешканці міст стикаються з емоційним і фізичним виснаженням, яке виникає від постійного інформаційного навантаження, шуму та відсутності природного середовища.

Цей урбаністичний стиль життя породжує попит на туризм як спосіб відновлення, психотерапії та зміни обстановки. Туризм пропонує можливість тимчасово вирватися з напруженого міського середовища та насолодитися спокоєм природи, історичними місцями або культурними подіями. Такі види відпочинку, як екотуризм, оздоровчий туризм, подорожі до віддалених природних об'єктів і навіть короткі заміські поїздки, є для багатьох мешканців міст способом повернути душевну рівновагу.

Соціологи і психологи вказують, що подорожі мають психотерапевтичний ефект, дозволяючи людям перезавантажитися, відновити енергію та відчути себе частиною природного середовища. У цьому контексті туризм стає не лише засобом розваги, але й засобом особистого зцілення і підвищення якості життя.

Сучасний розподіл мегаполісів по всьому світу демонструє рівномірне поширення густонаселених центрів на різних континентах, що є відносно новим феноменом у контексті урбанізації. Найбільші міста, такі як Нью-Йорк, Токіо, Каїр і Ріо-де-Жанейро, розташовані в різних кліматичних зонах, економічних умовах і культурних середовищах. Це підкреслює той факт, що тенденція до урбанізації стала глобальною та не обмежується певними країнами чи регіонами.

Кожен континент має принаймні одне місто, що входить до списку 20 найбільш густонаселених у світі, що свідчить про зростання економічного та соціального значення міських центрів у всьому світі. Така глобальна урбанізація обумовлена цілою низкою факторів, включно з розвитком технологій, потребою у робочих місцях, покращенням інфраструктури і поширенням міського способу життя. Наприклад, у Південній Америці розвиваються міста, такі як Сан-Паулу і Буенос-Айрес, а в Африці зростають Каїр і Лагос. В Азії, де вже давно спостерігається значна концентрація населення в містах, з'являються нові мегаполіси з мільйонним населенням, як-от Джакарта і Мумбай.

Цей рівномірний розподіл мегаполісів є також результатом економічних і соціальних зрушень, які супроводжують процес урбанізації, таких як економічна інтеграція, глобальні міграційні процеси та зростання туризму.

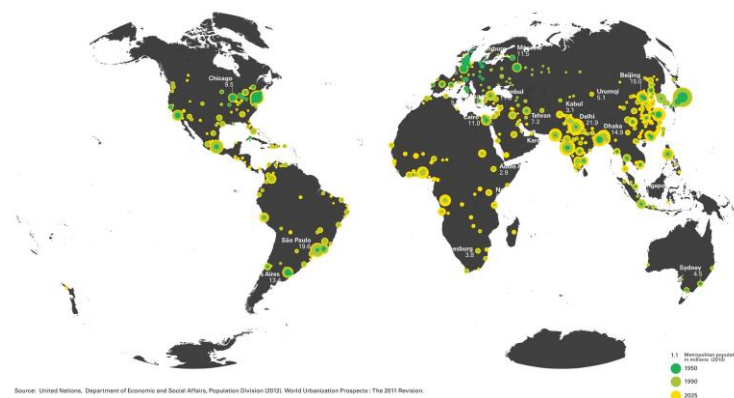


Рис. 2.2.1 Найбільш густонаселені міста світу, за [84]

Прогнози Інституту глобальних міст вказують на те, що в наступні 70-80 років основний ріст мегаполісів відбуватиметься в Африці та Південній Азії. Передбачається, що деякі з нинішніх міст у цих регіонах значно збільшаться, створюючи мегаполіси з населенням, яке можна порівняти з нинішньою чисельністю населення цілих країн, таких як Німеччина, Франція чи Велика Британія. Це означає, що окремі міста можуть досягати 100 мільйонів мешканців або більше.

Така зміна відбуватиметься через швидкі темпи зростання населення, урбанізацію та економічний розвиток в Африці та Південній Азії. У багатьох африканських країнах, як-от Нігерія та Демократична Республіка Конго, і в країнах Південної Азії, таких як Індія та Пакистан, спостерігається високий рівень народжуваності та зростання міського населення. Крім того, у цих регіонах активно розвивається інфраструктура, а урбанізація сприяє залученню інвестицій та створенню нових економічних можливостей.

Це явище може призвести до того, що міста, як-от Лагос, Кіншаса, Мумбай чи Дакка, стануть глобальними центрами не лише за чисельністю населення, а й за економічним, соціальним і культурним впливом. Однак такі гігантські мегаполіси можуть зіткнутися з серйозними викликами, пов'язаними з екологією, транспортом, забезпеченням житлом та інфраструктурою, а також із соціальними питаннями, як-от безробіття та доступ до основних послуг.

Таблиця 2.2.3

Чисельність та прогноз населення в окремих мегаполісах світу,
складено за [84].

Рейтинг	Місто	Країна	Чисельність населення 2010 р., млн. жит.	Чисельність населення 2100 р., млн. жит.	Зростання населення, %
1	Лагос	Нігерія	10,6	88,3	736
2	Кіншаса	ДР Конго	9,1	83,5	822
3	Дар-ес-Салам	Танзанія	4,4	73,7	1588
4	Мумбаї	Індія	20,1	67,2	235

Отже, майбутнє урбанізації буде кардинально відрізнятися від сьогоденних реалій, зосереджуючись на мегаполісах у нових частинах світу. Це може змінити глобальний баланс економічного й політичного впливу, переносючи центр урбаністичного розвитку з традиційних регіонів у напрямку Африки та Південної Азії. Згідно прогнозів вищеназваного інституту, в 2100 р. найбільшими містами світу будуть (див. табл. 2.2.3).

Лагос і Кіншаса дійсно демонструють феноменальне зростання і символізують новий напрямок у глобальній урбанізації. Лагос, що отримав назву "Велике яблуко Африки", став одним з економічних центрів континенту, де активно розвивається туристична інфраструктура: сучасні готелі, розважальні комплекси та великі торгові центри приваблюють туристів і бізнесменів з усього світу. Крім того, в Лагосі розташований один з найбільших ринків Західної Африки, що створює сприятливе середовище для бізнесу та сприяє економічному розвитку міста.

Кіншаса, своєю чергою, з маленького рибацького поселення перетворилася на один із найбільших мегаполісів не лише Африки, а й світу. Місто вже обійшло Париж за кількістю франкомовного населення, що свідчить про його зростання як культурного та соціального центру франкомовної спільноти. За прогнозами, до 2100 року Кіншаса може стати другим за чисельністю населення містом у світі. Особливо цікаво, що місто має надзвичайно молоду демографічну структуру – приблизно 60% населення, яке досягне 17 мільйонів до 2025 р., будуть молодшими за 18 років. Це означає, що Кіншаса має великий потенціал для економічного зростання та інновацій, але також потребуватиме масштабних інвестицій у системи освіти, охорони здоров'я та інфраструктуру, щоб забезпечити молоде населення можливостями для розвитку.

Таким чином, Лагос і Кіншаса – яскраві приклади мегаполісів, які перетворюються на ключові міські центри Африки і, можливо, світу. Їхній розвиток вплине не лише на Африканський континент, а й на глобальну

економіку, політику та культуру.

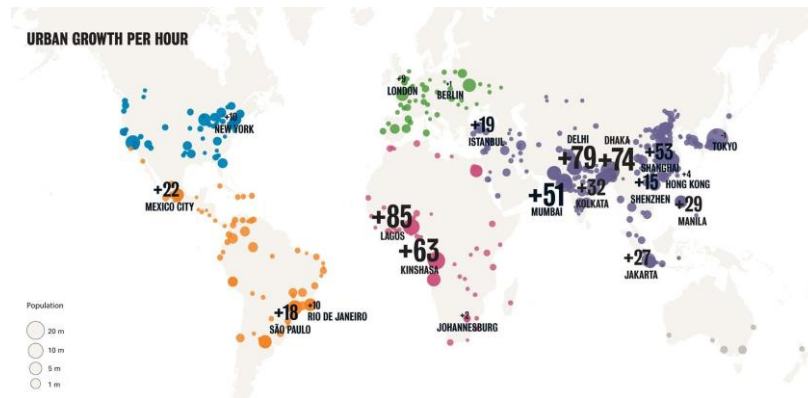


Рис. 2.2.2 Темпи приросту міського населення, осіб на годину [87].

Такі країни, як Китай і Індія, лідирують у зростанні чисельності населення, і, зокрема, міського. Нові громадяни народжуються в Делі у кількості 79 осіб, а в Шанхаї – 53 нових громадян на годину. Найвищі темпи демонструє Лагос з показником 85 нових лагосіанців на годину. Дакка, найбільше місто в Бангладеш, є одним з найбільш швидкозростаючих міст у світі з темпом зростання 74 людини на годину. На карті зображені міста з найвищими показниками темпів приросту міського населення у світі на годину (див. рис. 2.2.2).

Інститут Брукінгса розробив власний спосіб класифікації глобальних міст з використанням різних економічних показників. Ось сім типів мегаполісів згідно їх аналізу [86]:

«1. Глобальні гіганти. Ці шість міст є провідними світовими економічними фінансовими та туристичними центрами. Приклади: Нью-Йорк, Токіо, Лондон.

2. Азіатські якори (Сінгапур). Використовують такі атрибути, як інфраструктура і сприятливі робочі місця, щоб привернути більшість прямих іноземних інвестицій з будь-якої іншої групи міст. Є важливими туристичними центрами.

3. Нові ворота (Кейптаун, Мехіко). 28 міст є великими центрами ділового

туризму и транспортними вузлами для великих національних і регіональних ринків в Африці, Азії, Латинській Америці і на Близькому Сході.

4. Міста-заводи Китаю (Шеньян, Чанчунь, Ченду).
5. Столиці знань (Сан-Франциско, Бостон, Цюрих).
6. Американські середньовагові міста (Орlando, Сакраменто, Фенікс).
7. Міжнародні середньовагові міста (Ванкувер, Мельбурн)» [40].

Варто наголосити, що «найбільша концентрація міського населення зосереджена в мегаполісах Китаю, Індії, Японії, Індонезії та інших країнах Південно-Східної Азії. І це населення зосереджується в уявному колі» [85] (див. рис. 2.2.3). Одночасно наголошуємо, що міста даного регіону є потужними центрами культурно-пізнавального, ділового та інших видів туризму (Токіо, Куала-Лумпур, Делі, Гонконг, Сеул, Бангкок, Сінгапур).

У цьому колі розташовано 22 із 37 мегаполісів планети – величезні міста, з населенням не менше 10 млн. жит.

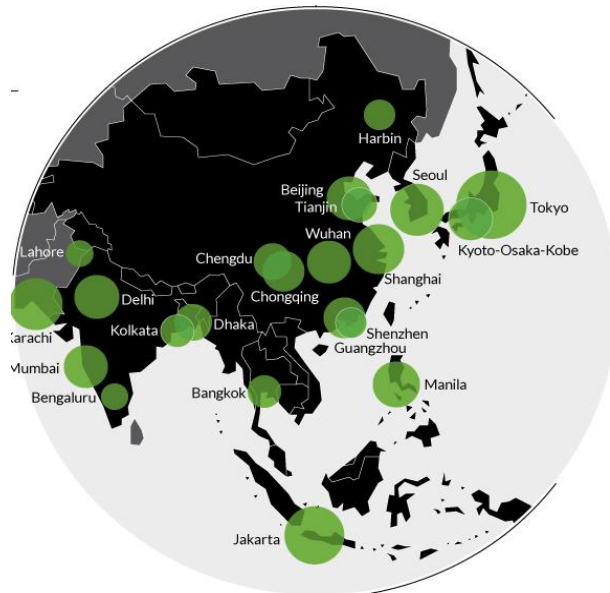


Рис. 2.2.3 Найбільш урбанізована територія у світі, за [85]

Крім значної кількості населення, коло містить відомі туристичні об'єкти:

- «найвищий пік на Землі (Еверест) та інші 7 найвищих вершин світу;
- Найглибша океанська западина (Маріанська);

- фігури Будди у храмах Золотого (вилита із золота, вага статуї – 5,5 т) та Смарагдового Будди – Бангкок (Таїланд);
- один з найбільших туристичних центрів світу (Гонконг);
- оглядове колесо Singapore Flyer (165 м) – Сінгапур;
- острови Ява і Балі (Індонезія);
- Велика Китайська стіна та 40 культурно-історичних і природних об'єктів, занесених до списку Світової спадщини (Китай);
- нержавіюча металічна колона (895 р. до н. е.) біля мечеті Кувват-уль-Іслам (Делі); Мавзолей Тадж-Махал (Агра); ступа Дамекх на місці першого богослужіння Будди (Варанасі) – Індія;
- комплекс печерних храмів Дамбулла (Шрі-Ланка);
- один з найбільших у світі районів виходу на поверхню термальних вод (понад 3,5 тис. джерел) – Беппу (Японія) та інші» [40, 85].

Сучасний розвиток урбанізації та зростання добробуту населення у країнах, що розвиваються, створює нові перспективи для міжнародного туризму. У регіоні Південно-Східної Азії – В'єтнамі, М'янмі, Філіппінах, Індонезії, Таїланді, Малайзії, а також частково в Бангладеш і Пакистані – формується новий туристичний ринок, який швидко зростає завдяки інтересу міжнародних мандрівників до цих країн. Відносно низькі витрати на проживання і багата культурна спадщина цих країн роблять їх привабливими для різних типів туризму – від екотуризму до пляжного і культурного туризму.

Еволюція суспільства, підвищення середньої тривалості життя і мирне співіснування країн на більшості територій стимулюють туризм, дозволяючи більшій кількості людей подорожувати і досліджувати нові місця. Урбанізація є важливим чинником цієї динаміки: зростання міст сприяє розвитку інфраструктури і створенню нових робочих місць.

Наступним кроком дослідження буде аналіз сучасних міграційних процесів та “вимушеного туризму”.

2.3. Сучасні міграційні процеси та “вимушений туризм”

Міжнародна міграція дійсно є одним із найпотужніших факторів, які формують сучасний світ. Її вплив охоплює політичні, соціально-економічні, демографічні та культурні аспекти, створюючи нові виклики та можливості як для країн, що приймають мігрантів, так і для країн, які є джерелами міграції. Міграція змінює структуру ринку праці, впливає на соціальні відносини, стимулює обмін культурними цінностями і, водночас, ставить нові завдання перед державами щодо забезпечення соціальної інтеграції та зменшення культурних бар'єрів.

Регулювання міграції вимагає комплексного підходу, який враховує як національні, так і міжнародні інтереси. Постійний моніторинг міграційних потоків, оцінка їх соціально-економічних наслідків, а також розробка ефективної політики інтеграції стають першочерговими завданнями для багатьох країн, зокрема й України. Україна, як країна з високими показниками еміграції та внутрішнього переміщення, має особливу потребу в такій аналітиці для того, щоб розуміти вплив міграції на свій ринок праці, економіку, соціальні та міжкультурні відносини.

Лише завдяки діалогу між державами, міжнародними організаціями, науковцями та громадянським суспільством можна створити систему глобального менеджменту міграції, яка забезпечить взаємовигідне вирішення міграційних питань, враховуючи інтереси як мігрантів, так і країн-реципієнтів.

За даними щорічної доповіді УВКБ ООН «Глобальні тенденції», кількість вимушено переміщених осіб у світі зростає тривожними темпами. Станом на кінець 2014 року кількість людей, які були змушені покинути свої домівки, досягла 59,5 мільйонів, порівняно з 51,2 мільйонами у 2013 році та 37,5 мільйонами десятиліттям раніше. Це найвищий показник з 2013 року, що

свідчить про серйозне загострення міграційної кризи внаслідок конфліктів, порушень прав людини та екологічних проблем [1].

Зростання кількості переміщених осіб зумовлене, зокрема, тривалими військовими конфліктами в різних регіонах світу, а також посиленням внутрішньої нестабільності та погіршенням умов життя в ряді країн. Багато з цих людей залишають свої країни в пошуках безпеки, економічної стабільності та можливості для кращого життя, що значно впливає на глобальні міграційні потоки та створює нові виклики для міжнародного співтовариства.

Такий стрімкий ріст числа переміщених осіб вказує на необхідність посилення міжнародних зусиль з підтримки біженців і розробки більш сталих підходів до вирішення проблем міграції. Важливими є також заходи для запобігання кризам, що спричиняють міграцію, шляхом сприяння стабільності, розвитку та правам людини у найбільш вразливих регіонах.

Конфлікт у Сирії, що розпочався в 2011 році, став одним із найбільших тригерів масової міграції в сучасному світі, значно посиливши глобальну кризу вимушеного переміщення. За даними на 2014 рік, щодня близько 42 500 осіб ставали біженцями, шукачами притулку або внутрішньо переміщеними особами. Це було чотирикратне збільшення порівняно з показниками кількома роками раніше, що свідчить про гострий характер кризи, спричиненої воєнними конфліктами і нестабільністю.

Такий рівень міграції створює безпрецедентний тиск на міжнародні гуманітарні системи і на країни, що приймають мігрантів. Сьогодні у світі одна людина з 122 є або біженцем, або внутрішньо переміщеною особою, або шукає притулку. Це не тільки вимагає масштабної підтримки з боку міжнародної спільноти, але й ставить нові виклики перед країнами щодо інтеграції мігрантів і підтримки соціальної стабільності [1].

Адже лише за останні п'ять років виникли або відновились 15 конфліктів: «вісім в Африці (Кот-д'Івуар, Центрально-Африканська Республіка, Лівія,

Малі, Нігерія, Південний Судан, Бурунді), три на Близькому Сході (Сирія, Ірак, Ємен), один в Європі (Україна) і три в Азії (Киргизстан, М'янма, Пакистан). Лише деякі з цих криз були врегульовані, але більшість генерують нові міграції» [90]. Багато з них роблять небезпечний вояж Середземним і Червоним морями та Аденською затокою.

Згідно з доповіддю УВКБ ООН за 2014 рік, кількість нових переміщених осіб сягнула рекордного рівня – 13,9 млн. осіб за один рік, що в чотири рази більше, ніж у 2010 році. Такий масштаб вимушеного переміщення вказує на глибоку кризу, пов'язану з конфліктами, політичною нестабільністю та порушенням прав людини у багатьох регіонах світу.

Станом на 2014 рік у світі зареєстровано 19,5 мільйонів біженців (порівняно з 16,7 мільйонами у 2013 році) та 38,2 мільйона внутрішньо переміщених осіб (порівняно з 33,3 мільйонами у 2013 році). Крім того, 1,8 мільйона людей очікують на рішення за заявами про надання притулку, що також перевищує показник попереднього року (1,2 мільйона у 2013 році).

Таке зростання вказує на невідкладну потребу в міжнародних заходах для підтримки цих людей, які часто втратили усе через обставини, що від них не залежать. Це також вимагає посилення системи міжнародного захисту, підвищення ефективності роботи гуманітарних організацій і розробки стратегій, спрямованих на подолання причин, які змушують мільйони людей залишати свої домівки [1].

Сирія стала головним джерелом як внутрішньо переміщених осіб (7,6 мільйонів), так і біженців (3,88 мільйонів) у 2014 році. Ситуація в країні продовжувала ускладнюватись через тривалий збройний конфлікт, який примушував мільйони людей залишати свої домівки. Після Сирії найбільшими країнами за кількістю біженців стали Афганістан (2,59 мільйона) та Сомалі (1,1 мільйона), де нестабільність і збройні конфлікти також спричиняли масове переміщення населення.

У 2014 році кількість біженців і внутрішньо переміщених осіб різко зросла в різних регіонах світу. В Європі, переважно через війну в Україні, кількість переміщених осіб збільшилася на 51%. На Близькому Сході та в Північній Африці зростання склало 19%, що відображає наслідки конфліктів у Сирії, Іраку та Лівії. В Азії кількість переміщених осіб збільшилася на 31%, у субекваторіальній Африці (без урахування Нігерії) – на 17%, і в Америці – на 12%. Ці статистичні дані підкреслюють, наскільки глобальною стала проблема вимушеного переміщення населення, і свідчать про необхідність скоординованих міжнародних зусиль для стабілізації ситуації в країнах, що генерують біженців, і для підтримки приймаючих країн, які несуть велике навантаження через потоки мігрантів [72].

Війна в Україні, рекордна кількість біженців, які перетнули Середземне море (219 000 осіб), та велика кількість сирійських біженців, що знайшли прихисток у Туреччині, значно збільшили суспільний інтерес до питань, пов'язаних з міграційною кризою. Туреччина, прийнявши 1,59 мільйона сирійських біженців до кінця 2014 року, стала найбільшою приймаючою країною для переміщених осіб. Цей значний потік біженців викликав у громадськості різні реакції — від підтримки до занепокоєння.

В Європейському Союзі більшість заяв про надання притулку подавалися в Німеччині та Швеції, країнах, які стали одними з головних напрямків для біженців. На кінець 2014 року загальна кількість переміщених осіб у Європі досягла 6,7 мільйона, у порівнянні з 4,4 мільйона на кінець 2013 року, що свідчить про суттєве зростання через кризи в Україні та на Близькому Сході.

ЄС наразі стикається з викликами щодо управління міграційною кризою, оскільки швидкий приплив біженців загрожує змінити політичну та економічну конфігурацію Союзу. Ця ситуація створює нові навантаження на системи соціального забезпечення, робочий ринок і впливає на політичні процеси в регіоні, підвищуючи напругу і викликаючи дебати щодо подальшої політики

Європи в питаннях міграції та інтеграції.

Глави МВС країн Євросоюзу ухвалили план розподілу 160 тисяч біженців серед усіх 28 країн ЄС за принципом квот. Квоти розраховані на основі розміру економіки, чисельності населення та інших факторів. Найбільше біженців повинні прийняти Німеччина (40 тисяч) і Франція (32 тисячі). Проте, країни Центральної та Східної Європи — Угорщина, Словаччина, Румунія та Чехія — виступили проти цієї схеми, висловлюючи занепокоєння через обов'язковий характер квот.

Німеччина, яка підтримує відкриту політику щодо біженців, частково пояснює це своєю демографічною ситуацією: населення країни скорочується через низьку народжуваність, і в останні роки рівень народжуваності в Німеччині був одним із найнижчих у світі. Очікується, що прийом мігрантів може допомогти частково вирішити проблему дефіциту робочої сили.

Проте відсутність єдиного підходу серед країн ЄС до регулювання міграційної кризи створила труднощі для Союзу. Різке зростання потоку біженців змусило деякі країни запровадити прикордонний контроль, порушуючи принципи вільного пересування в Шенгенській зоні. У надзвичайних випадках законодавство ЄС дозволяє тимчасово відновити контроль на кордонах. Після терактів у Парижі посилення контролю над міграцією стало ще більш актуальним, оскільки безпекові загрози сприяли жорсткішій політиці щодо перетину кордонів.

Мігранти з країн «третього світу», прибуваючи до Європи в пошуках стабільності та благополуччя, часто стикаються з численними проблемами, які впливають на їхню адаптацію та соціальну інтеграцію. Попри надії на кращі умови, багато з них виявляються в ситуаціях, що ведуть до соціальної ізоляції та відчуження. Однією з причин цього є те, що число мігрантів, які прибувають до Європи, перевищує потребу в робочій силі, що створює труднощі для працевлаштування.

Деякі мігранти виявляються залежними від соціальних допомог, через що можуть бути сприйняті місцевим населенням як економічний тягар. Також існує проблема зайнятості в низькооплачуваних та непрестижних сферах, що, поєднуючись із відсутністю доступу до професійного розвитку, обмежує соціальні перспективи мігрантів. Ця ситуація часто веде до маргіналізації, що ускладнює інтеграцію та призводить до культурного відчуження.

Соціальна дискримінація також відіграє значну роль у створенні бар'єрів. Через відсутність рівного доступу до ринку праці, освіти та інших соціальних ресурсів, мігранти можуть відчувати себе відірваними від приймаючого суспільства, що інколи спонукає частину з них звертатися до альтернативних шляхів отримання доходів, включаючи кримінальну діяльність. Усе це разом формує виклики для європейських країн у досягненні ефективної інтеграції та мінімізації соціальної напруги [37].

Проблеми інтеграції мігрантів у країнах Західної Європи стають все гострішими через культурні відмінності між місцевим населенням і вихідцями з регіонів Африки, Близького Сходу та Південної Азії. Ці відмінності охоплюють мову, традиції, соціальні норми та інші аспекти життя, які нерідко призводять до нерозуміння і конфліктів між спільнотами. Соціальна напруга підсилюється тим, що значна частина таких мігрантів стикається з економічними труднощами, нерівністю в доступі до праці та соціальних ресурсів, що часто стає причиною маргіналізації та, у деяких випадках, підштовхує до асоціальної чи навіть протизаконної поведінки.

Екс-президент Чехії Мілош Земан висловлював думку про зв'язок міграційної кризи з тероризмом, стверджуючи, що міграційний потік націлений на ослаблення європейських структур. Він також зазначав, що існує загроза з боку культури, яка може суперечити традиційним європейським цінностям. Проте думка Земана є частиною ширшої дискусії про те, як інтегрувати нових мігрантів і які методи сприятимуть уникненню конфліктів, одночасно

захищаючи цінності та безпеку європейського суспільства.

Загалом, країни Західної Європи продовжують шукати баланс між наданням допомоги мігрантам та захистом власних національних інтересів і безпеки. Однак, інтеграція потребує комплексного підходу, включаючи заходи соціальної підтримки, освітні програми, а також більш ефективні механізми безпеки для запобігання радикалізації та підтримки стабільності в регіоні [37].

Як зазначав український вчений Ю.М. Пахомов, «Мусульмани в Європі тримаються своїх коренів і поведуться вкрай агресивно. Відмова законної європейської влади (Німеччина, Франція, Великобританія) від колишньої толерантності і мультикультуралізму лише додатково загострила ситуацію: мігранти налаштовані вороже і не проти підірвати ситуацію в Євросоюзі зсередини. До того ж основний склад мігрантів, що прибувають, – це агресивна і відчайдушна молодь. Усе це зараз хворобливо накладається на ерозію традиційної європейської державності і на зростаюче число проблемних країн. У такій ситуації для повноти вражень Євросоюзу бракує тільки деградуючої України. Тобто, сумнівів немає, Європі скоро буде не до нас» [54, с. 158].

Повномасштабне вторгнення в Україну спричинило руйнування цивільної інфраструктури та жертви серед мирного населення. Така ситуація змушує людей залишати свої домівки в пошуках безпеки, захисту та допомоги.

Згідно ст. 1 Закону України “Про туризм”, “туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від’їжджає” [59]. Тому дані масові переміщення населення закордон та в західні регіони України можна назвати “вимушеним” туризмом [24, 26].

Війна є одним із найбільш руйнівних факторів, який може спричинити різкі зміни в демографічній ситуації. Російське повномасштабне вторгнення в Україну стало причиною найбільшої міграційної кризи в Європі з часів Другої світової війни, що призвело до демографічних змін в країні та за її межами. За

оцінками, на момент початку вторгнення населення України (без урахування окупованих територій) становило понад 41 мільйон осіб. Однак, після лютого 2022 року Україну покинуло понад 14 мільйонів громадян (див. рис. 2.3.1), з яких більше 11 мільйонів виїхали до країн Європейського Союзу.

При цьому частина цих людей повернулася назад: понад 5 мільйонів українців вже повернулися з ЄС. Масові переміщення населення внаслідок війни є не лише випробуванням для самої України, але і для країн, які приймають біженців. Кожна хвиля міграції вимагає від приймаючих країн адаптації інфраструктури, забезпечення соціальної підтримки та інтеграції прибулих.

Для України демографічні втрати, пов'язані з війною, можуть мати довгострокові наслідки. Багато з тих, хто залишив країну, – це працездатне населення, що може вплинути на відновлення економіки в майбутньому.

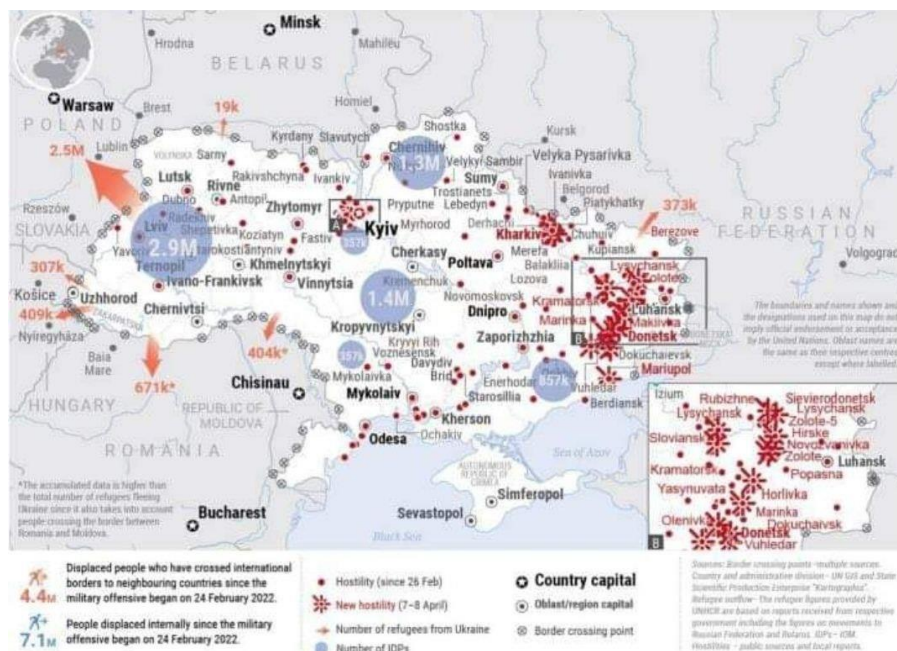


Рис. 2.3.1 Географія розміщення біженців з України [1]

За даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (UN Refugee Agency – UNHCR), станом на 18 липня 2023 р. загальна кількість зареєстрованих біженців з України у світі становить 6,2 млн. осіб. На території

Європи зареєстровано 5,9 млн осіб, за межами Європи 353 тис. Зареєструвалися для отримання тимчасового захисту або подібних схем у Європі 4,8 млн. українців.

Кількість перетинів кордону з України в російську федерацію з 24 лютого 2022 р. становить 2,9 млн.

Переважає більшість біженців з України, які шукають притулку в Європі, складається з жінок, дітей та літніх людей, оскільки чоловіки віком від 18 до 60 років підлягають мобілізації та не мають права залишати країну. Це вимушене розділення сімей безпосередньо впливає на плани українських біженців щодо повернення: значна частина з них орієнтується на возз'єднання із рідними, що залежить від ситуації на фронті та стабільності в Україні.

Опитування, проведене UNHCR, показує високий рівень бажання повернення: 65% українців хочуть повернутися додому в майбутньому, а 18% з них планують це зробити протягом найближчих трьох місяців. Ще 18% залишають рішення відкритим, залежно від розвитку подій, тоді як лише 5% українських біженців заявили, що не планують повертатися. Ці дані вказують на те, що більшість українців бачать своє майбутнє на батьківщині, що, з одного боку, знижує ризик довгострокового демографічного впливу для країни, але, з іншого, підкреслює необхідність швидкого відновлення умов для безпечного життя та возз'єднання сімей в Україні.

Найбільше українців переїхали до Польщі – 2 мільйони 293 тисячі. На другому місці Румунія – 595 тисяч наших громадян. У Молдові – 383 тис. біженців.

До інших країнах чисельність біженців складала: в Угорщину – 354 041; в Словаччину – 275 439; в Росію – 271 254; в Білорусь – 9 075; майже 330 тис. осіб зареєструвалися в Німеччині; до Франції прибули близько 30 тисяч українських біженців [1].

Зростання вимушених міграційних потоків, спричинених війнами та

іншими кризами, змінює структуру туристичних переміщень. Багато мігрантів переміщуються в нові країни не для отримання прибутку, а заради безпеки та підтримки. Це явище можна класифікувати як "вимушений туризм", хоча головною метою тут не є відпочинок чи рекреація.

Європейські країни часто приваблюють біженців своїми соціальними програмами та ресурсами, що надають підтримку новоприбулим. Проте великий наплив мігрантів також створює навантаження на соціальні служби, інфраструктуру та систему правопорядку країн ЄС, що іноді веде до зростання злочинності та іншим соціальним викликам. Такі наслідки відображаються на загальному людському потенціалі та економічній стабільності регіону, що впливає і на туристичну галузь.

Депопуляція в окремих регіонах, викликана масовими міграціями, знижує кількість туристичних прибуттів та внутрішніх туристичних переміщень. Водночас змінюються типи туристів, структури маршрутів, а також підходи до організації туристичної діяльності. Для глибшого розуміння впливу демографічних змін на туризм необхідні спеціальні дослідження, зокрема, гендерного та вікового складу населення регіонів, охоплених міграційними процесами. Це дозволить краще прогнозувати потреби та вплив туристів на місцеві громади й економіку.

Наступним кроком буде визначення демографічної політики та демографічної поведінки населення в країнах і регіонах світу та їх вплив на сферу туризму.

РОЗДІЛ 3

ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Демографічна політика та демографічна поведінка населення в країнах і регіонах світу та їх вплив на сферу туризму

Демографічна політика є комплексом заходів, що має на меті зміну демографічної ситуації через вплив на процеси народжуваності, смертності та міграції. Ця політика охоплює населення країни в цілому або ж окремі соціально-демографічні групи, які потребують певного коригування. Здійснюють її як державні установи, так і громадські організації, узгоджуючи свої дії з довгостроковими цілями соціально-економічного розвитку та збереження стабільності держави.

Три основні напрями демографічної політики наступні [45]:

1. Здоров'язберігаючий напрямок – зосереджений на покращенні здоров'я населення та підвищенні тривалості життя. Сюди входять програми профілактики та лікування захворювань, розширення доступу до медичних послуг, пропагування здорового способу життя та створення сприятливих умов для фізичного та психічного здоров'я громадян.

2. Сімейний напрямок – передбачає підтримку народжуваності та сприяння збереженню сім'ї як соціального інституту. Сімейна політика включає заходи щодо матеріальної підтримки сімей з дітьми, розвитку системи освіти, забезпечення доступу до житла, створення умов для поєднання професійної діяльності та виховання дітей.

3. Міграційний напрямок – спрямований на регулювання міграційних потоків, зокрема через створення сприятливих умов для залучення кваліфікованих мігрантів, інтеграцію іноземців у суспільство та врегулювання нелегальної міграції. Міграційна політика важлива для підтримання балансу

робочої сили та стимулювання економічного розвитку, особливо в умовах скорочення населення через низьку народжуваність.

Ефективна демографічна політика базується на взаємодії цих трьох напрямів та сприяє підтримці стабільного демографічного розвитку країни, що, в свою чергу, впливає на її соціальну та економічну стійкість.

Демографічна політика може бути активною або пасивною залежно від поставлених цілей. Активна демографічна політика передбачає наміри суттєво змінити існуючу демографічну ситуацію шляхом впливу на показники народжуваності, смертності та міграції. Натомість пасивна демографічна політика спрямована на підтримання стабільності поточної демографічної ситуації без значних змін.

Основою для побудови демографічної політики є визначення стратегічної мети, ключових напрямків розвитку та розробка відповідних заходів для досягнення поставлених цілей. Завдання політики визначаються на основі пріоритетів у кожному з напрямків. До основних завдань, які найчастіше розглядаються як пріоритетні, належать [45]:

1. Збільшення народжуваності – через створення умов, що стимулюють народження дітей, наприклад, надання фінансової підтримки для сімей, доступне житло, розвиток дитячих садків та системи охорони здоров'я для матерів і дітей.

2. Збереження інституту сім'ї – через підтримку стабільності сімейного життя, матеріальну і соціальну допомогу сім'ям, що сприятиме зміцненню сімейних цінностей.

3. Зниження смертності – шляхом удосконалення системи охорони здоров'я, пропаганди здорового способу життя, покращення екологічних умов та забезпечення населення якісними медичними послугами.

4. Підвищення тривалості життя – через розвиток програм профілактики захворювань, удосконалення соціальних та медичних послуг для людей

похилого віку, покращення умов праці та відпочинку, в тому числі туризму.

5. Коректування міграційного балансу – через регулювання в'їзду та виїзду населення, підтримку імміграційної політики, що дозволяє компенсувати дефіцит робочої сили, а також забезпечення умов для інтеграції мігрантів.

Таким чином, активна демографічна політика спрямована на досягнення конкретних демографічних цілей, а її ефективність залежить від чітко сформульованих завдань та пріоритетів, що відповідають соціально-економічним потребам країни.

Для визначення цілей і завдань демографічної політики необхідно мати чітко розроблені концепцію та програму дій, що ґрунтуються на наукових дослідженнях. Концепція демографічної політики є стратегічним баченням розвитку демографічної ситуації в країні. Вона формулює основну мету політики, а також напрямки, в яких слід діяти для досягнення цієї мети. Програма демографічної політики представляє собою тактичні заходи, завдяки яким можна реалізувати поставлені цілі та вирішити проблеми, виявлені в процесі аналізу демографічної ситуації.

Зазвичай програма включає такі види заходів:

1. Адміністративно-правові заходи – включають регулювання через закони та інші нормативні акти, наприклад, встановлення умов для підтримки багатодітних сімей, захист прав дітей та батьків, контроль за міграційними процесами.

2. Фінансово-економічні заходи – передбачають матеріальну підтримку населення. Це може бути допомога при народженні дитини, субсидії для молодих сімей, пенсійне забезпечення для літніх людей, програми підтримки здоров'я.

3. Інформаційно-психологічні заходи – спрямовані на формування позитивного ставлення до сімейних цінностей, усвідомлення важливості здорового способу життя та залучення до заходів, що сприяють

народжуваності.

Для ефективної реалізації демографічної політики потрібно врахувати декілька ключових аспектів: політичну волю, наукове обґрунтування заходів, достатнє фінансування, інформування населення та контроль за виконанням ухвалених рішень.

У багатьох країнах пріоритетними напрямками демографічної політики є регулювання народжуваності та підтримка інституту сім'ї. Наприклад, у 1950-1960-х роках у багатьох країнах демографічна політика була спрямована на вирішення проблеми перенаселення, зокрема в країнах Азії, Африки та Латинської Америки, де чисельність населення зростала швидкими темпами. Страх перед демографічним вибухом підвищив увагу до питань ресурсного забезпечення населення, розподілу ресурсів і територіального розселення.

З 1970-х років світова демографічна політика звернула увагу на проблему зниження народжуваності в економічно розвинених країнах. У понад 60 країнах світу рівень народжуваності тепер не забезпечує навіть простого відтворення населення, а це майже половина населення планети. У 20 країнах рівень народжуваності стабільно нижчий за рівень відтворення вже понад 20 років. У глобальному масштабі з 1970 до 2010 року сумарний коефіцієнт народжуваності впав із 4,3 до 2,7 дитини, а в розвинених країнах він становить лише 1,6 дитини на жінку. Водночас у 26 країнах, що розвиваються, коефіцієнт народжуваності залишається високим – понад п'ять дітей на одну жінку репродуктивного віку.

Загалом країни намагаються регулювати народжуваність відповідно до своїх потреб. Азіатські країни, яким загрожує перенаселення, орієнтуються на зниження народжуваності, тоді як західноєвропейські країни, що переживають демографічну кризу, прагнуть підвищити народжуваність.

Китайська Народна Республіка є яскравим прикладом країни, яка проводила політику обмеження народжуваності. Через стрімке зростання

населення після 1949 року, коли в країні було 542 мільйони осіб, уряд КНР з 1950-х років почав вживати заходів для контролю над народжуваністю. Це сприяло зниженню темпів росту населення, хоча наразі в Китаї проживає понад 1,4 мільярда осіб.

Китай розпочав перші кампанії зі скорочення народжуваності у 1956–1958 та 1961–1965 роках. З 1970 року в країні активно впроваджували політику під гаслом "одна подружня пара – одна дитина" для контролю зростання населення. Винятки були дозволені для малочисельних етнічних меншин, яким дозволяли мати дві-три дитини. В рамках цієї політики було підвищено мінімальний шлюбний вік і встановлено обов'язкове медичне обстеження для наречених. Якщо у наречених виявляли спадкові хвороби, їм забороняли мати дітей або пропонували стерилізацію. Жінкам, які зробили аборт, надавалася оплачувана відпустка, що також було елементом стимулювання дотримання політики.

Індія у 2000 році запровадила національну політику народонаселення, орієнтовану на покращення добробуту сімей, підвищення рівня медичного обслуговування матерів і дітей та обмеження віку вступу дівчат у шлюб до 18 років. Малайзія, Непал і Пакистан також проводили державні кампанії, заохочуючи добровільну стерилізацію в рамках своїх програм планування сім'ї, з метою зниження темпів приросту населення.

Франція першою серед європейських країн занепокоїлась зниженням народжуваності ще наприкінці XIX століття. У 1896 році французький статистик та демограф Жак Бертільон заснував Національний союз для збільшення чисельності французького народу. Сучасна Франція, як і багато інших європейських країн, стимулює народжуваність через систему соціальних виплат на дітей.

Зокрема, зі збільшенням кількості дітей у сім'ї збільшується і сума виплат на кожну дитину. За народження першої дитини сім'я отримує одноразову

допомогу, яка становить 260% від базової заробітної плати матері, а за кожну наступну дитину виплати складають 717% від цієї зарплати. Декретна відпустка становить 16 тижнів, але при народженні третьої дитини її продовжують до 26 тижнів. Матерям-одиначкам держава гарантує мінімальний дохід протягом усієї вагітності та перших трьох років життя дитини. Сім'ї також отримують житлові пільги та часткове погашення кредитів, узятих для ведення домашнього господарства. За народження четвертої дитини позика може бути погашена на 90%.

Сплата прибуткового податку також залежить від кількості дітей у сім'ї. Крім цього, сім'ям надають значні компенсації на освіту дітей, а перебування дітей у державних і приватних дошкільних закладах є доступним завдяки відносно невеликій оплаті. Таким чином, Франція підтримує сім'ї з дітьми через комплексну систему соціального захисту і пільг, стимулюючи збільшення народжуваності та створення умов для добробуту родин.

Більшість країн Західної Європи в рамках демографічної політики акцентують увагу на заходах, спрямованих на охорону материнства, забезпечення доступного та якісного медичного обслуговування для матерів та дітей, а також надання матеріальної підтримки багатодітним сім'ям і матерям-одиначкам. Завдяки цим заходам за останні роки вдалося значно знизити рівень дитячої смертності. Сьогодні для 70 країн світу охорона здоров'я матерів і дітей є пріоритетним напрямом демографічної політики.

Крім того, дедалі більше економічно розвинених країн включають до своїх програм селективну міграцію як необхідний компонент демографічної політики. Це пов'язано з підвищеною стурбованістю щодо нелегальної міграції, що особливо загострюється під час економічних криз. Деякі країни, такі як Австралія, Швеція та Естонія, готові збільшити кількість трудових мігрантів, тоді як інші, зокрема Данія, Нідерланди та Франція, прагнуть обмежити в'їзний міграційний потік. У США, Канаді та в низці європейських країн уже

запроваджено імміграційні квоти, щоб контролювати масштаби і якість міграції.

Демографічні зміни не завжди мають прямий вплив на туризм, і їхній вплив залежить від конкретних груп населення. Наприклад, згідно з даними німецького Федерального міністерства економіки і технологій, саме зміни в демографічних групах, які складають значну частку населення і відрізняються специфічною поведінкою (такі як люди похилого віку, діти, малозабезпечені, батьки-одинаки), можуть мати суттєві наслідки для туристичного сектору. Ці групи мають унікальні потреби й переваги, які формують попит на певні види туристичних послуг.

Зокрема, в таблиці 3.1.1 розглянуто ключові фактори демографічних змін для різних світових регіонів та їхній можливий вплив на туристичний ринок. Так, наприклад, збільшення частки літнього населення в багатьох країнах створює попит на медичний та рекреаційний туризм, орієнтований на підтримку здоров'я. Натомість збільшення частки малозабезпечених верств населення в інших регіонах може знизити попит на туристичні послуги преміум-класу.

Таблиця 3.1.1

Основні демографічні зміни в контексті світових регіонів [12].

Регіон	Ключові демографічні зміни
Світ	Збільшення тривалості життя жінок над чоловіками, загальне зростання чисельності населення
Основні світові регіони	
Європа	Зниження народжуваності, старіння населення, високий рівень міграції.
Азія	Швидке зростання населення, особливо в Індії та Китаї, висока народжуваність, великомасштабна урбанізація
Південна Америка	Падіння народжуваності до рівня заміщення, старіння населення, збільшення тривалості життя
Північна Америка: США і Канада	Старіння населення, зниження народжуваності, високий рівень міграції

Отже, аналіз світових демографічних змін дозволяє зробити висновок, що вони мають суттєвий вплив на розвиток ринку туристичних послуг. Зміни у

складі населення, такі як зростання частки літніх людей, малозабезпечених верств чи мігрантів, визначають потреби й вподобання туристів, що своєю чергою формує попит на певні види туризму. Урахування демографічних чинників, специфічних для кожного регіону, є критично важливим у туристичній діяльності для створення актуальних і конкурентоспроможних пропозицій. Відповідність послуг цим потребам допоможе туристичним компаніям ефективно адаптуватися до змінних демографічних умов і забезпечити стійкий розвиток на ринку.

У заключному пункті буде розглянуто аналіз стратегії демографічного розвитку України на період до 2040 р. в контексті розвитку туристичної індустрії.

3.2. Аналіз стратегії демографічного розвитку України на період до 2040 р. в контексті розвитку туристичної індустрії

Нині Україна переживає непростий період у багатьох секторах економіки, зокрема в галузі туризму. Зростає проблема трудової міграції: українці все частіше виїжджають за кордон не для відпочинку, а для роботи або постійного проживання. Скорочення доходів населення створює ланцюгову реакцію в економіці: люди зменшують обсяги покупок, виробники скорочують виробництво, а необхідність заощаджувати змушує відмовлятися від товарів і послуг, які раніше були звичними. Це стосується й туристичних послуг, що створює ризик скорочення туристичного бізнесу. Для підприємств у цій сфері критично важливий ретельний аналіз сучасного споживчого ринку.

Щороку в довоєнний період Україну відвідували туристи з Європи, США, Японії, Китаю, а українці подорожують як до сусідніх країн, так і до віддалених

куточків світу. Водночас внутрішній туризм залишається популярним: українці активно відвідують гірськолижні та морські курорти, культурно багаті міста – Львів, Одеса, Київ, а також подорожують визначними історичними та релігійними місцями [57].

Завдяки вигідному географічному положенню України розвиваються товарно-грошові відносини з іншими державами, а через її територію проходять численні транзитні маршрути енергетичних ресурсів, споживчих товарів тощо. Проте це ж положення стимулює й трудову міграцію українців до інших країн у пошуках роботи.

Політичні негаразди в Україні спричинили труднощі в багатьох сферах життя та економіки. Сьогодні в країні відбуваються значні демографічні зміни, які вже зараз мають відчутний вплив і, без сумніву, стануть ще більш помітними через кілька років. Щоб уникнути погіршення економічного становища, підприємства змушені адаптуватися до нових умов і розробляти стратегії для покращення своєї діяльності. Це особливо актуально для туристичної галузі.

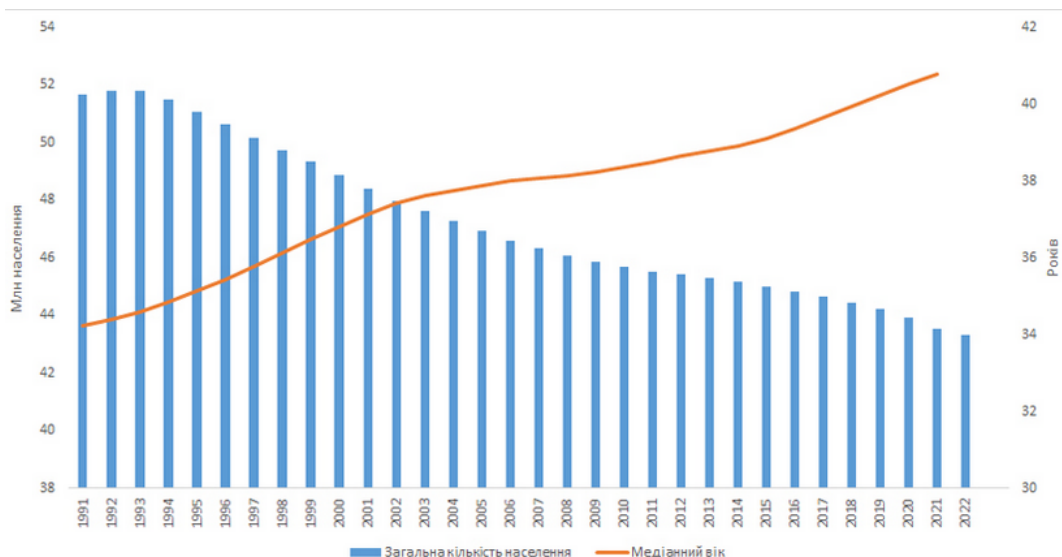


Рис. 3.2.1 Динаміка чисельності населення в Україні за часів незалежності, [42]

За оцінками Організації Об'єднаних Націй (ООН), станом на 1 січня 2022 р., менш ніж за 2 місяці до повномасштабного російського вторгнення,

населення України становило 43,3 млн. осіб (оцінка ООН включає анексований у 2014 р. Крим), що на 8 млн менше порівняно з 1991 р., коли Україна здобула незалежність. Демографічні процеси свідчать про скорочення працездатного населення і молоді, тоді як кількість людей пенсійного віку зростає, що призводить до переважання старшого покоління над молоддю. Прогнозні дані вказують на збереження цієї тенденції в майбутньому.

На 335 тисяч зменшилось населення на підконтрольній Україні території у 2022 році. [49]. Йдеться про різницю між кількістю новонароджених та тими, хто помер.

Загалом спад населення у 2022 співвідносний з показниками під час гострої хвилі ковіду та загальним трендом смертності в останні роки, яка значно перевищує народжуваність.

У 2022 році зареєстровано 541 739 смертей. Це на 24% менше, ніж у 2021. Водночас підбити остаточні підсумки по тимчасово окупованих та нещодавно звільнених областях наразі неможливо. У порівнянні з доковідним 2019 р., то кількість смертей у рік повномасштабного вторгнення РФ менша на 7%. Якщо ж не розглядати регіони, де ведуться активні бойові дії, та окуповані території, то, в середньому, кількість смертей за рік скоротилася на 16% до показників 2021 р.

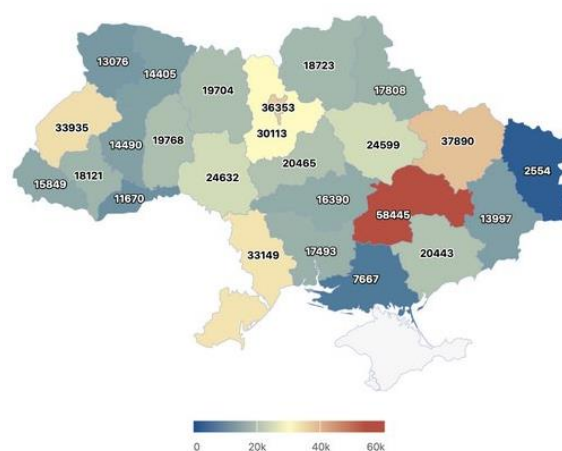


Рис. 3.2.2 Смертність в Україні, 2022 р., тис., осіб, за [49]

Крім того, смертність в Україні перевищує народжуваність, хоча рівень народжуваності коливається, демонструючи незначні зміни від року до року.

Згідно з прогнозами, тенденція скорочення народжуваності та зменшення смертності в Україні збережеться. Проте це зниження смертності відбувається не за рахунок зменшення кількості смертей, а через загальне скорочення чисельності населення. Поняття "наявного населення" охоплює всіх, хто перебуває на певній території на момент перепису, зокрема й тимчасово проживаючих. Динаміка показує зменшення чисельності як міського, так і сільського населення, причому міське населення значно переважає над сільським, що вказує на продовження внутрішньої міграції з сіл до міст.

Причини високих (у порівнянні із світовими) рівнів смертності криються, головним чином, у структурних факторах населення, що видно на регресивній статевовікових пірамідах населення [45] (рис. 3.2.1-3.2.4).

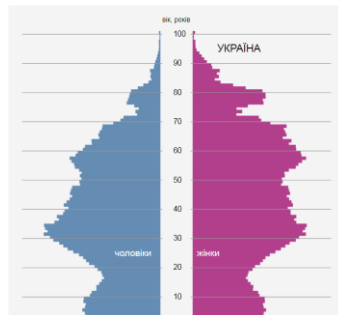


Рис. 3.2.3 Статевовікова структура населення в Україні у 2018 р., за [67]

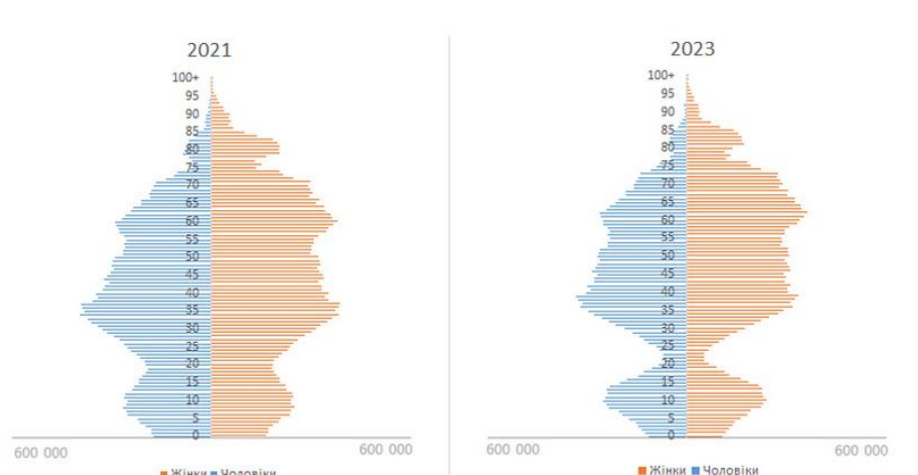


Рис. 3.2.4 Статевовікова структура населення в Україні у 2019 та 2023 рр, за [42, 67]

За даними Українського інституту майбутнього, яке оцінює наявне населення в Україні станом на квітень 2023 р. у 29 млн. осіб, економічно активне населення становить всього 12 млн (з них зайняті 9,1-9,5 млн), а 17 млн. – це пенсіонери та діти віком до 15 років. Народжуваність в Україні залишається низькою. Якщо нічого не змінювати, у перспективі кількох років пенсіонерів може стати удвічі більше, ніж працюючих.

Моніторингова місія ООН з прав людини в Україні підтвердила поранення майже 16 тис. та загибель понад 9 тис. цивільних осіб (з них понад 500 дітей) з 24 лютого 2022 до 30 червня 2023 р., однак реальна кількість жертв набагато більша. Багато випадків усе ще очікують підтвердження з деяких населених пунктів, до яких належать, зокрема, Маріуполь, Лисичанськ, Попасна, Сєвєродонецьк [42].

За даними організації, за 500 днів повномасштабної війни загинуло втричі більше цивільних осіб, ніж за всі попередні 8 років бойових дій на сході України. Області з найбільшою кількістю втрат серед цивільних осіб: Донецька, Харківська, Київська, Херсонська та Луганська. Найвища місячна кількість втрат серед цивільних осіб припала на березень і квітень 2022 р.

Сучасна міграційна ситуація в Україні характеризується значними викликами, зумовленими як економічними, так і політичними факторами. Низький рівень народжуваності, що спостерігається в країні, обмежує можливості для природного приросту населення, а війна посилює потік виїзду громадян за кордон. Прогнози Європейської комісії демонструють, що міграція може стати основним чинником демографічних змін, і розвиток подій в Україні значною мірою залежатиме від економічного розвитку та міжнародної співпраці. Позитивні сценарії передбачають швидке завершення війни та успішне економічне відновлення, що могло б зменшити масштаби міграції, водночас як тривалий конфлікт та повільне відновлення можуть лише посилити відтік населення.

Внутрішня міграція в Україні відбувається через різні причини – прагнення до кращої якості життя, можливість професійного зростання, зміна регіонального розміщення виробництва та необхідність змінити кліматичні умови за станом здоров'я. Крім того, важливими факторами є сімейні обставини, соціальні конфлікти та непередбачені ситуації.

У звіті «Ukraine's population future after the Russian Invasion – The role of migration for demographic change» Європейської комісії розглянуто 4 сценарії, «які враховують вплив міжнародного переміщення, спричиненого війною, а також можливі довгострокові тенденції в чисельності населення та міграції» [67].

У країнах з низьким рівнем народжуваності, як в Україні, міграція може суттєво вплинути на демографічну динаміку, стаючи ключовим фактором у структурі населення. Економічний розвиток, який сприяє зменшенню економічної нерівності, та багатостороння співпраця між країнами є основними чинниками, що можуть визначити напрям міграційних процесів. Прогнозування демографічного майбутнього України враховує чотири сценарії: від песимістичного, який передбачає затяжний конфлікт та повільне економічне відновлення, до оптимістичного, що базується на швидкому завершенні війни та інтенсивному відновленні. Успішна реалізація оптимістичного сценарію могла б забезпечити довготривалу соціальну стабільність, політичну рівновагу та зростання економіки, що, у свою чергу, може стримати масовий відтік населення та стимулювати повернення громадян.

Сценарій 1 – довготривала війна та низький рівень повернення (див. табл. 3.2.1). Цей песимістичний сценарій передбачає тривалу, інтенсивну війну, яка призведе до значного зростання кількості міжнародних мігрантів з України. У випадку тривалого конфлікту велика частка українців, які змушені були залишити країну, зокрема жінки та діти, можуть інтегруватися в країнах перебування і не повернутися додому навіть після завершення війни. Цей

сценарій передбачає, що відбудова України буде значно уповільнена через відтік населення та нестачу робочої сили.

Особливо критичною є ситуація, коли чоловіки, що залишились в Україні під час війни, потенційно приєднуються до своїх родин за кордоном після завершення воєнних дій. Це призведе до подальшого відтоку молодих і працездатних людей, що негативно позначиться на економіці України, зменшить базу для відновлення, створить демографічну нерівновагу та поглибить старіння населення.

В умовах тривалої нестабільності зменшаться інвестиційні потоки, що ще більше ускладнить відновлення економіки. У результаті Україна ризикує опинитися у ситуації глибокої демографічної та економічної кризи, яку буде важко подолати без підтримки з боку міжнародної спільноти та суттєвих реформ у внутрішній політиці.

Другий сценарій передбачає відносно коротке завершення війни, але із збереженням постійної еміграції. Хоча значна частина українських біженців може повернутися додому впродовж наступних десяти років, повернення після війни може сповільнитися на фоні повільного економічного відновлення. Це призведе до низького рівня повернення, тоді як відтік населення з країни залишатиметься високим. Українці продовжуватимуть емігрувати за кордон у пошуках кращих умов для постійного проживання, що може мати значний вплив на демографічну структуру та зменшення чисельності населення в Україні.

Сценарій 3 (коротка війна та циклічна міграція) передбачає відносно швидке завершення війни, після чого економічне відновлення відбуватиметься поступово. У цьому випадку значна частина українських біженців, зокрема жінки та діти, повернуться на батьківщину протягом наступного десятиліття. Проте післявоєнна міграція набуде циклічного або циркулярного характеру: українці виїжджатимуть на певний час для роботи чи навчання за кордоном і

повертатимуться, використовуючи накопичені знання та ресурси для розвитку України.

Таблиця 3.2.1

Чотири сценарії демографічного майбутнього України, [42]

Сценарій		1	2	3	4
		Тривала війна. Низький рівень повернення	Постійна еміграція	Циркулююча міграція	Міграційний перехід
Тривалість війни		Більше 5 років	Коротка війна	Коротка війна	Коротка війна
Міграція	Обсяг еміграції під час війни	Зростання кількості біженців до 9 млн осіб	Невелике зростання кількості біженців до 8 млн осіб	Невелике зростання кількості біженців до 8 млн осіб	Невелике зростання кількості біженців до 8 млн осіб
	Повернення біженців	50% повернуться після закінчення війни	80% повернуться після закінчення війни	80% повернуться після закінчення війни	80% повернуться після закінчення війни
	Обсяг післявоєної міграції	Високий рівень еміграції через повільне відновлення економіки. Високий рівень переміщень з метою постійного проживання	Високий рівень еміграції через повільне відновлення економіки. Високий рівень переміщень з метою постійного проживання	Високий рівень еміграції через повільне відновлення економіки. Циркулююча (тимчасова) міграція	Поступове зниження рівня еміграції та перехід до країни, що приймає емігрантів, завдяки відновленню та зростанню економіки
	Коефіцієнт повернення	35% протягом 5 років; 75% протягом 30 років	35% протягом 5 років; 75% протягом 30 років	65% протягом 5 років; 95% протягом 30 років	65% протягом 5 років; 95% протягом 30 років

Сценарій 4-й: «коротка війна та міграційний перехід» розглядає можливість того, що Україна може повторити досвід низки європейських країн, які трансформувалися з країн-донорів у країни-реципієнти мігрантів. Як у 1950-х роках Франція, Швейцарія, Бельгія, Німеччина, Нідерланди та Швеція стали приймати більше мігрантів, а з початку XXI ст. цей тренд поширився на більшість країн Західної та Південної Європи, Україна також може пройти цей шлях. У сучасній Східній Європі країни, такі як Польща, Чехія та Угорщина, успішно завершили міграційний перехід, особливо після вступу до ЄС, ставши привабливими для імміграції. За умов швидкого післявоєнного економічного відновлення та створення стабільного економічного середовища Україна могла б повторити цей успішний приклад, приваблюючи не тільки колишніх емігрантів, а й нових мігрантів для розвитку економіки та соціальної сфери.

За оптимістичним сценарієм розвитку, Україна не лише швидко відновлюється після війни, але й демонструє стабільне економічне зростання, яке стає можливим завдяки значній міжнародній підтримці. Така ситуація сприяє високому рівню повернення українських біженців, а також стимулює приплив іноземної робочої сили. Очікується, що відновлення та зростання економіки створять великий попит на працівників, що спонукатиме Україну запроваджувати активну міграційну політику, спрямовану на залучення іноземних спеціалістів. У разі успішного розвитку подій, до 2030-х років Україна може пройти шлях міграційного переходу, трансформувавшись із країни-донору робочої сили у країну-реципієнта.

У найближчі 30 років за найпесимістичнішим сценарієм, варто очікувати скорочення населення на 31% у порівнянні з довоєнним 2021 р., за найоптимістичнішим – на 21% [42].

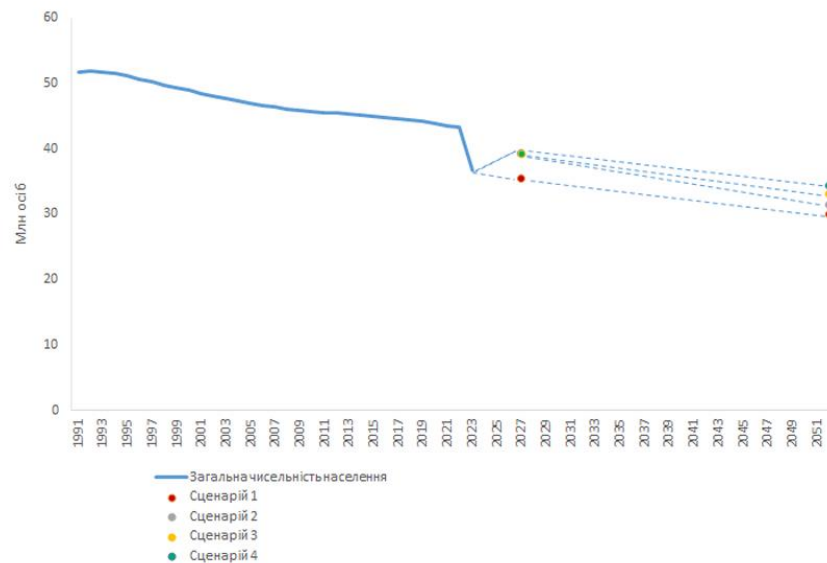


Рис. 3.2.5 Прогноз чисельності населення до 2051 р. за 4 сценаріями, за [42]

Прогноз свідчить, що, незважаючи на можливе економічне відновлення, швидке завершення війни та активну післявоєнну відбудову, демографічні виклики для України залишатимуться значними. Навіть за умов впровадження політики, що заохочує повернення українців і залучення іноземної робочої

сили, зменшення чисельності населення є практично неминучим у довгостроковій перспективі. Ця ситуація обумовлена стійкою тенденцією до старіння населення, зменшенням чисельності працездатних громадян і низькою народжуваністю, яка не здатна компенсувати демографічні втрати.

В умовах зростання частки населення старшого віку суттєво підвищуються потреби в соціальній підтримці для громадян працездатного віку, які нестимуть основне навантаження щодо забезпечення як економічної стабільності, так і соціального забезпечення. Це ставить перед Україною виклики щодо адаптації системи соціального захисту, медичного обслуговування і пенсійного забезпечення.

Стратегія демографічного розвитку України на період до 2040 року спрямована на «подолання ключових демографічних викликів, що загострилися через збройну агресію. Основні завдання включають підвищення рівня народжуваності, зниження передчасної смертності та забезпечення міграційного приросту. Стратегія враховує необхідність зупинення скорочення населення та створення умов для сталого довгострокового відтворення людського капіталу. Пріоритетами для забезпечення демографічного розвитку є підтримка сімей, збереження репродуктивного здоров'я, покращення умов праці та підвищення доступності медичних і соціальних послуг. Особлива увага приділяється мінімізації відтоку українців за кордон, підтримці внутрішньо переміщених осіб та створенню стимулів для повернення мігрантів. Важливою складовою є формування середовища, сприятливого для народження та виховання дітей, із забезпеченням економічної самодостатності сімей» [68].

Крім того, «Стратегія передбачає пошук швидких рішень для адаптації до демографічних викликів з метою набуття демографічної стійкості – здатності населення адаптуватися до демографічних змін і викликів із збереженням при цьому стабільності, життєздатності та ідентичності суспільства; можливістю збереження демографічного потенціалу під впливом негативних демографічних

тенденцій» [68].

Щодо туристичної сфери, спостерігається різке скорочення іноземних туристів і зменшення туристичної активності українських громадян. Події останніх років знизили привабливість України як туристичної країни: іноземці ставляться до безпеки перебування в Україні з обережністю, тоді як українці часто перерозподіляють фінанси на більш необхідні витрати, відкладаючи подорожі на другий план.

Економічна діяльність туристичного бізнесу в Україні в останні роки зазнала значних змін. Спостерігається скорочення фінансових результатів (прибутку) підприємств, що супроводжується значним зростанням операційних витрат. До основних статей операційних витрат входять: матеріальні витрати, оплата праці, відрахування на соціальні заходи, амортизаційні нарахування та інші витрати. Це зумовлено подорожчанням ресурсів і необхідністю значних інвестицій для залучення клієнтів.

Також ускладнюють ситуацію негативні демографічні тенденції: зменшення чисельності населення, старіння нації, зниження рівня народжуваності, посилення зовнішньої еміграції та зменшення зовнішньої імміграції. Кількість туристичних потоків в Україну та з України значно зменшилась, що також впливає на загальну економічну активність в цьому секторі. Спостерігається також посилення внутрішньої міграції.

У поєднанні демографічних та економічних параметрів простежується закономірність: зменшення кількості іноземних туристів і виїзду українців за кордон для відпочинку збільшує внутрішню міграцію та витрати на життя.

Таким чином, підприємства туристичної галузі зазнають зниження доходів і прибутків. Враховуючи ці умови, доцільно для суб'єктів туристичного бізнесу розширити спектр туристичних послуг та товарів, орієнтуючись на внутрішній ринок і потреби різних сегментів споживачів.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Серед найпопулярніших видів туризму в сучасний період можна буде виділити: пригодницький, екологічний, культурно-пізнавальний, тематичний, а також круїзний туризм.

2. Кожна країна повинна зберігати місцевий колорит, що важливо для залучення туристів. При цьому певні стандарти доцільно поширювати і на місцеві традиції. Наприклад, асортимент предметів народних промислів слід складати згідно з туристським попитом.

3. Для досягнення успіху в розвитку туристичних дестинацій, необхідно інтегрувати модні тенденції з глибоким розумінням соціокультурних, економічних та психологічних аспектів споживчої поведінки.

4. Еволюція суспільства, підвищення середньої тривалості життя і мирне співіснування країн на більшості територій стимулюють туризм, дозволяючи більшій кількості людей подорожувати і досліджувати нові місця. Урбанізація є важливим чинником цієї динаміки: зростання міст сприяє розвитку інфраструктури і створенню нових робочих місць.

5. Депопуляція в окремих регіонах, викликана масовими міграціями, знижує кількість туристичних прибуттів та внутрішніх туристичних переміщень. Водночас змінюються типи туристів, структури маршрутів, а також підходи до організації туристичної діяльності. Для глибшого розуміння впливу демографічних змін на туризм необхідні спеціальні дослідження, зокрема, гендерного та вікового складу населення регіонів, охоплених міграційними процесами. Це дозволить краще прогнозувати потреби та вплив туристів на місцеві громади й економіку.

6. Врахування демографічних чинників, специфічних для кожного регіону, є критично важливим у туристичній діяльності для створення актуальних і

конкурентоспроможних пропозицій. Відповідність послуг цим потребам допоможе туристичним компаніям ефективно адаптуватися до змінних демографічних умов і забезпечити стійкий розвиток на ринку.

7. У поєднанні демографічних та економічних параметрів простежується закономірність: зменшення кількості іноземних туристів і виїзду українців за кордон для відпочинку збільшує внутрішню міграцію та витрати на життя. А підприємства туристичної галузі зазнають зниження доходів і прибутків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агенство ООН у справах біженців. URL: <https://www.unhcr.org/ua/resources>.
2. Алексєєв І. В., Трусова Т. С. Соціально-економічні передумови та наслідки туристичної діяльності. *Бізнесінформ*. 2014. №7. С. 191-195.
3. Алешугіна Н. О., Зеленська О. О. Вплив моди на споживчу поведінку при виборі туристичної дестинації: уроки історії. *Науковий вісник Полісся*. 2019. № 2 (18). С. 199-203.
4. Андрєєва О.В. Фізична рекреація різних груп населення: [монографія]. К.: ТОВ «НВП Поліграфсервіс», 2014. 280 с.
5. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. 395 с.
6. Бойко М. Г. Методологічні засади дослідження соціально-економічної цінності туризму. *Бізнесінформ*. 2013. № 7. С. 208-215.
7. Буднікевич І. М., Гавриш І. І., Крупенна І. А. Інструменти підвищення привабливості туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/19.pdf.
8. Верховна Рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
9. Вовчок Я. В. Підготовка майбутніх менеджерів до організації етнографічного туризму у вищих навчальних закладах: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Івано-Франківськ, 2016. 20 с.
10. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. URL: <https://unwto.org/>.
11. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.

12. Голик Т. Світові демографічні зміни і туризм. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/17355/1/250-252.pdf>.
13. Голіков А. П. Глобальна демографічна проблема сучасності: стан та перспективи. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2016. Вип. 5. С. 8-12.
14. Господарський кодекс України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 2003. №18, №19-20, №21-22. Ст.144. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
15. Грабар М. Системний розвиток туризму та рекреації у регіоні: автореф. дис. ... канд. екон. наук :08.00.05. Івано-Франківськ, 2016. 20 с.
16. Даньшина К. Чисельність населення світу за країнами та прогноз змін у топ-50 до 2050. URL: <https://itc.ua/ua/novini/chyselnist-naselennya-svitu-zakrayinamy-ta-prognoz-zmin-u-top-50-do-2050-roku-v-odnij-kartyntsi/>.
17. Демографічний щорічник. Населення України. К.: Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
18. Державне агенство розвитку туризму. URL: <http://www.tourism.gov.ua/about-dart>.
19. Дмитрук О. Ю. Урбанізація та екологічний туризм: теорія і практика конструктивно-географічного дослідження: Навчальний посібник. К.: Вид. полігр. центр. “Київ. ун-т”, 2002. 76 с.
20. Євтушенко О.В., Курінна А.Т. Роль туризму в розвитку національної економіки України. *Бізнесінформ*. 2018. №11. С. 249-257.
21. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.
22. Кабмін затвердив план з розвитку туризму в Україні на найближчі роки. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rozvitok-turizmu-v-ukrajini-2021-plan-zahodiv-z-rozvitku-turizmu-i-kreativnih-industriy-v-ukrajini-novini-11309141.html>.

23. Кацемір Я.В. Дослідження зовнішніх чинників розвитку туристичної галузі України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Економічні науки”*. 2019. Випуск 34. С. 63-66.

24. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.

25. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ: Знання. 2010. 502 с.

26. Коваль Н.О. Логвин М.М. «Вимушений» туризм в Україні: масштаби прояву та загрози. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті: тези доповідей XLV Міжн. наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік* (м. Полтава, 13–14 квітня 2022 р.). Полтава : ПУЕТ, 2022. Ч. 2. С. 239-240.

27. Ковальова Т. В. Тлумачний словник української мови. Харків: Фоліо, 2018. 608 с.

28. Колужнова Н.Я. Мода как фактор споживчої поведінки. URL: http://www.elitarium.com/moda_kak_faktor/.

29. Комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 р. / за ред. проф. Е.М. Лібанової. К.: Український центр соціальних реформ, 2006. 138 с.

30. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.

31. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: Навч. посіб. Київ: Знання, 2009. 248 с.

32. Кравченко Н. О. Рекреаційне господарство Полісся: сучасний стан та перспективи розвитку: моногр. Ніжин : МІЛАНІК, 2007. 172 с.

33. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 271 с.

34. Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний

підхід: монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 254 с.

35. Куріна В. Культурно-пізнавальні можливості етнічного туризму. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/kurina.htm.

36. Леонт'єва Ю. Ю., Тімощенкова О. О. Регіональна туристична дестинація та її соціально-економічний розвиток. *Бізнесінформ*. 2013. № 6. С. 165-170.

37. Логвин М. М., Самченко Ю. В. Національно-етнічні характеристики населення ЄС як фактор розвитку етнічного туризму. *Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи*: Зб. матер. IV всеукраїнської наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів (Львів, 25 лютого 2016 р.) / МОНУ, ЛІЕТ. Львів: ЛІЕТ, 2016. С. 146–152.

38. Логвин М.М. Особливості сучасної геодемографічної поведінки населення світу. *Часопис соціально-економічної географії*. 2009. №7 (2). С. 126-130.

39. Логвин М.М. Суспільно-демогеографічні чинники розвитку суспільства. *Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства*: монографія / За ред. Г.П. Скляра. Полтава: ПУЕТ, 2015. С. 100-112.

40. Логвин М. М. Урбанізаційні процеси у світі як стимул для сталого розвитку туризму. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія “Економічні науки”. 2017. №3 (81). С. 131-141.

41. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.

42. Майбутнє української популяції: 4 сценарії демографічної кризи. URL: <https://www.apteka.ua/article/671360>.

43. Мацола В.І. Рекреаційно-туристський комплекс України: монографія. Львів: ІРД НАН України, 1997. 259 с.

44. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства:

монографія / За ред. Г.П. Скляра. Полтава: ПУЕТ, 2015. 372 с.

45. Муромцева Ю. І. Соціально-демографічні чинники розвитку туризму на Харківщині. *Збірник наукових праць «Історія та географія»* / Харк. нац. пед. університет імені Г. С. Сковороди. 2019. Випуск 56. С. 110-116.

46. Мушка М.О. Вплив демографічних чинників на розвиток туризму. *Географія та туризм* : матеріали заоч. наук.-практ. інтернет-конф. ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, Харків, 30 січ. 2018 р. / за заг. ред. Ю. І. Муромцевої. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2018. С. 13-17.

47. Назарова Г. С., Марченко С. К. Демографічний стан в Україні та проблеми що з ним пов'язані. URL: <http://bit.ly/1TPMA3y>.

48. Населення Землі сягнуло 8 мільярдів. URL: <https://suspilne.media/316964-naselenna-zemli-sagnulo-8-milardiv-oon/>.

49. На скільки зменшилось населення України у рік повномасштабного вторгнення. URL: <https://suspilne.media/374003-na-skilki-zmensilos-naselenna-ukraini-u-rik-povnomasstabnogo-vtorgnenna-dani-opendatabot/>.

50. Немець Л.М., Сегіда К.Ю., Моштаківа Н.В. Соціально-демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. №176. С.145-147.

51. Немець Л.М., Сегіда К.Ю., Моштаківа Н.В. Соціально-демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. №176. С.145-147.

52. Отнюкова М. С. Туристична мода як феномен сучасності. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/otnjukova.htm (дата звернення: 29.09.2024).

53. Пангелова Н., Пангелов Б. Демографічні аспекти організації рекреаційно-туристичної діяльності. *Спортивний вісник Придніпров'я*. 2015. №2. С. 142-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/svp_2015_2_27.

54. Пахомов Ю.Н. Близькі та віддалені наслідки міжнародної міграції (в т.ч. для України). *Соціально-економічні та етнокультурні наслідки міграції для*

України: зб. матеріалів наук.-практ. конф. (Київ, 27 вересня 2011 р.) / упоряд. О.А.Малиновська. К.: НІСД, 2011 С. 155-158.

55. Податковий кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. Ст.112. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

56. Поливач К. А. Історико-культурна спадщина як фактор розвитку регіонів та населених міст України [Текст]. *Український географічний журнал*. 2005. № 1. С. 55-62.

57. Приходько Д. О. Дослідження демографічних тенденцій та аналіз туристичного бізнесу в Україні. *Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика*. 2016 . Випуск 2. С. 253-259.

58. Про захист прав споживачів: Закон України. *Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР)*. 1991. № 30. ст.379. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.

59. Про туризм: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. №31. Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

60. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-Володимир. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.

61. Про центральні органи виконавчої влади: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2011. №38. Ст. 385. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3166-17#Text>.

62. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

63. Рейтинг урбанізації країн світу. URL: <http://gtmarket./ratings/urbanization-index/info>.

64. Романова А. Столиця України як перспективний ринок в'їзного

туризму. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. 2018. № 8. С. 185-196. URL: <http://international-relationstourism.karazin.ua/themes/irtv/resources/ce31d56ecdave08f06621654f20e2d79.pdf>.

65. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

66. Статистичний щорічник України за 2021 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2022. 447 с.

67. Статистичний щорічник України за 2022 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2023. 387 с.

68. Стратегія демографічного розвитку України на період до 2040 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhlavennia-stratehii-demohrafichnoho-rozvytku-ukrainy-na-period-do-2040-roku-922r-300924>.

69. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р URL: [www://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017).

70. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. 448 с.

71. Туристична діяльність в Україні у 2021 році. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm.

72. УВКБ ООН попереджує про новий небезпечний період глобального переміщення населення URL: <http://nnm.me/blogs/bredsmi/uvkb-onn-preduprezhdaet-o-novom-opasnom-periodo-globalnogo-peremesheniya-naseleniya/>.

73. Фонд ООН з народонаселення (UNFPA). URL: www.unfpa.org.

74. Халіна О.В. Кібернетичний підхід до вивчення безпеки соціальних систем. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 3 (03). 2016. С.

172-176.

75. Чир Н., Мельник А. Демографічні аспекти в контексті рекреаційно-туристичної діяльності Карпатського регіону. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід*: Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції (м. Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. С.368-371.

76. Цвігун І.А. Загрози демографічній безпеці України: монографія. Кам'янець-Подільський: ЗВО «ПДУ», 2022. 228 с.

77. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. №435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №№ 40-44. С. 283.

78. Шандор Ф.Ф., М.П.Кляп Сучасні різновиди туризму: підручник. К.: Знання, 2013. 334 с.

79. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: навчальний посібник. Чернівці: Книга- XXI, 2007. 292 с.

80. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм. *Соціальний ареал життя особистості*. К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. С. 196–208.

81. Якименко-Терещенко Н.В., Мірко Н.В., Моца А.А. Розвиток індустрії туризму у повоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск № 44.

82. 2014 United Nations Demographic Yearbook/ Sixty-fifth issue. – New York, United Nations, 2015. 774 p. URL: <http://unstats.un.org/unsd/demographic/products/dyb/dybsets/2014.pdf>.

83. 3rd Tourism Statistics Capacity-building Workshop and Regional Seminar on Tourism Statistics Capacity-building. URL: www.unwto.org.

84. Desjadins J. The 20 Most Populous Cities in the World by 2100. URL: <http://www.visualcapitalist.com/animated-map-worlds-populous-cities-2100>. Назва з екрану (23.09.2024).

85. Desjadins J. The Majority of the World's Population Lives in This Circle.

URL: <http://www.visualcapitalist.com/majority-worlds-population-lives-circle/>.
Назва з екрану. 09.09.2024.

86. Desjadins J. The Megacity Economy: How Seven Types of Global Cities Stack Up. URL: <http://www.visualcapitalist.com/megacity-economy-7-types-global-cities/>. Назва з екрану 07.11.2024.

87. Desjadins J. The World's Fastest Growing Cities. URL: <http://www.visualcapitalist.com/animated-map-worlds-populous-cities-2100/>. Назва з екрану (26.11.2024).

88. Desjadins J. The world's largest cities throughout history. URL: <http://www.visualcapitalist.com/3-animated-maps-worlds-largest-cities-history/>. Назва з екрану (22.12.2024).

89. How people travel, New York. URL: <https://urbanage.lsecities.net/data/how-people-travel-new-york-2018>. Назва з екрану.

90. UNHCR Media page for Global Trends Report. URL: <http://www.unhcr.org/2014trends/>.

91. UNWTO Tourism Highlights 2023 Edition. URL: <https://tourismecotedivoire.ci/wp-content/uploads/2023/12/Tourism-Highlights.pdf>.

92. Visualizing the Changing World Population, by Country. URL: <https://www.visualcapitalist.com/cp/visualizing-the-changing-world-population-by-country/>.

93. Worldstatinfo. URL: http://worldstat.info/World/List_of_countries_by_Sex_ratio_of_total_population. Назва з екрану.

94. World Travel and Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.

95. World Travel and Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.

