

В. А. ХУДАВЕРДІЄВА, канд. екон. наук, доц.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Резюме. У статті досліджено особливості трансформації міжнародного туристичного ринку в умовах сучасних глобальних викликів. Проаналізовано вплив пандемії COVID-19, геополітичної нестабільності, воєнних конфліктів, економічних криз, кліматичних змін і цифрової трансформації на функціонування світової туристичної індустрії. Визначено ключові тенденції розвитку міжнародного туризму, серед яких цифровізація туристичних послуг, зростання попиту на безпечний, екологічний і сталий туризм, диверсифікація туристичних продуктів та адаптація бізнес-моделей суб'єктів туристичної діяльності до нових умов. Обґрунтовано необхідність підвищення стійкості туристичного ринку шляхом упровадження інноваційних технологій, розвитку міжнародного партнерства та формування ефективної державної політики у сфері туризму. Підсумовано, що сучасні глобальні виклики не лише створюють значні ризики для розвитку міжнародного туризму, а й відкривають нові можливості для його модернізації, цифрової трансформації та забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.

Ключові слова: міжнародний туристичний ринок, міжнародний туризм, глобальні виклики, цифровізація, сталий туризм, туристична індустрія, пандемія COVID-19, геополітичні ризики, інновації, конкурентоспроможність.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Проблематика сталого розвитку міжнародного туризму є одним із найбільш актуальних напрямів сучасних економічних досліджень, що зумовлено трансформацією світового туристичного ринку під впливом глобальних економічних, геополітичних, соціальних, екологічних і технологічних викликів. Упродовж останніх десятиліть наукові дослідження були зосереджені на питаннях економічної ефективності туристичної діяльності, конкурентоспроможності туристичних дестинацій, упровадження концепції сталого розвитку (Sustainable Development), цифрової трансформації туристичної індустрії (Digital Transformation), управління ризиками (Risk Management), забезпечення стійкості туристичних систем (Tourism Resilience) та формування інноваційних моделей розвитку міжнародного туризму.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вагомий внесок у концептуалізацію цих процесів зробили провідні вітчизняні та зарубіжні науковці, зосередивши увагу на пошуку ефективних механізмів адаптації туристичної галузі до сучасних реалій. Особливої актуальності ці питання набули після пандемії COVID-19, енергетичної кризи, зростання інфляції, кліматичних змін і загострення геополітичної ситуації у світі [1].

Концепція стійкості туристичних систем набула значного розвитку в статті С. Холла та ін. [2], де автори обґрунтовують необхідність переходу від традиційної моделі розвитку туризму до концепції Tourism Resilience, заснованої на адаптивності, цифровій трансформації та сталому розвитку.

Проблеми післяпандемічної трансформації міжнародного туризму також досліджено в широкоцитованій статті С. Гьослінга та ін. [3], де автори аналізують наслідки пандемії для міжнародного туристичного ринку та визначають основні напрями його подальшої трансформації.

Значний внесок у формування сучасної концепції сталого розвитку туризму зробили міжнародні організації, зокрема Всесвітня туристична організація ООН (UN Tourism), Організація економічного співробітництва та розвитку (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD), Всесвітня рада з подорожей та туризму (World Travel & Tourism Council, WTTC), Всесвітній економічний форум (World Economic Forum, WEF), Європейська комісія (European Commission), Програма ООН з навколишнього середовища (United Nations Environment Programme, UNEP), Програма розвитку ООН (United Nations Development Programme, UNDP), Світовий банк (World Bank), Міжнародний валютний фонд (International

Monetary Fund, IMF) та Міжнародна асоціація повітряного транспорту (International Air Transport Association, IATA). У сучасних аналітичних доповідях цих організацій значну увагу приділено питанням відновлення міжнародного туризму після пандемії COVID-19, адаптації туристичної індустрії до економічних і геополітичних криз, цифрової трансформації туристичних послуг, реалізації Європейського зеленого курсу (European Green Deal), досягнення Цілей сталого розвитку ООН (Sustainable Development Goals, SDGs), а також упровадження принципів довкілля, соціального та корпоративного управління (Environmental, Social and Governance, ESG), зеленої (Green Economy) та циркулярної економіки (Circular Economy).

Вагомий внесок у розвиток теорії сталого туризму зроблено в межах досліджень концепцій сталого туризму (Sustainable Tourism), розумного туризму (Smart Tourism), життєстійкого туризму (Resilient Tourism), управління DESTINACІЯМИ (Destination Management), цифрового туризму (Digital Tourism) та розумних DESTINACІЙ (Smart Destination), які сьогодні становлять основу стратегічних документів ЄС. Зокрема в документі "Transition Pathway for Tourism" (укр. — "Шлях переходу для туризму"), розробленому Європейською Комісією, визначено два ключові напрями модернізації туристичної галузі — зелений і цифровий переходи, що передбачають широке впровадження цифрових технологій, підвищення енергоефективності, скорочення викидів парникових газів, розвиток інклюзивного туризму та зміцнення стійкості туристичних DESTINACІЙ до зовнішніх криз.

Одним із сучасних напрямів розвитку туристичної науки є дослідження цифровізації туристичних послуг і концепції Smart Tourism. Значний внесок у розвиток цього напрямку зробили Д. Бухаліс та А. Амарангана, які в статті обґрунтували доцільність використання цифрових платформ, технологій штучного інтелекту (Artificial Intelligence, AI), інтернету речей (Internet of Things, IoT), аналітики великих даних (Big Data Analytics), хмарних обчислень (Cloud Computing) і мобільних сервісів у системі управління туристичними DESTINACІЯМИ [4].

У своїй праці Д. Бухаліс і Р. Леунг розглянули також сучасні тенденції цифрової трансформації туристичної галузі [5].

У закордонних наукових дослідженнях особливого значення набувають питання цифровізації туристичної індустрії. Значна кількість публікацій присвячена застосуванню технологій штучного інтелекту, аналітики великих даних, інтернету речей, хмарних обчислень, блокчей-

ну (Blockchain), віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності, геоінформаційних систем (GIS), а також цифрових платформ управління туристичними DESTINACІЯМИ. Ці технології розглядаються як важливі інструменти підвищення конкурентоспроможності, персоналізації туристичних послуг, оптимізації управління туристичними потоками та забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі.

Суттєву увагу в сучасній науковій літературі приділено дослідженню впливу глобальних економічних криз, пандемії COVID-19, кліматичних змін і геополітичної нестабільності на міжнародний туристичний ринок. Згідно з даними UN Tourism, OECD, WTTC та WEF, сучасний міжнародний туризм характеризується високою чутливістю до зовнішніх ризиків, що зумовлює необхідність переходу від традиційної моделі розвитку до концепції Tourism Resilience, що передбачає здатність туристичних систем швидко адаптуватися до кризових явищ, мінімізувати їхні негативні наслідки та забезпечувати безперервність функціонування туристичної індустрії.

Аналіз сучасних наукових праць свідчить, що, попри значний рівень опрацювання окремих аспектів розвитку міжнародного туризму, недостатньо дослідженими залишаються питання комплексного забезпечення сталого розвитку міжнародного туризму в умовах одночасного впливу глобальних економічних і геополітичних викликів. Подальшого наукового обґрунтування потребують механізми інтеграції принципів ESG, Smart Tourism, Green Economy, Circular Economy, цифрових технологій і концепції Tourism Resilience в систему стратегічного управління туристичною галуззю. Недостатньо розробленими залишаються також методичні підходи до оцінювання стійкості туристичних DESTINACІЙ, адаптації міжнародного досвіду до умов післявоєнного відновлення України та формування сучасної державної політики розвитку туризму відповідно до стандартів ЄС. Таким чином, результати аналізу сучасного стану наукової розробленості проблеми підтверджують необхідність комплексного дослідження теоретичних, методичних і практичних аспектів забезпечення сталого розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних економічних і геополітичних викликів.

Мета дослідження полягає в комплексному аналізі процесів трансформації міжнародного туристичного ринку під впливом сучасних глобальних викликів, визначенні ключових чинників, що впливають на його розвиток, оцінюванні сучасних тенденцій функціонування туристичної індустрії, а також в обґрунтуванні перспективних напрямів підвищення стійкості, конкуренто-

спроможності та адаптивності міжнародного туризму в умовах глобальної нестабільності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У XXI ст. міжнародний туристичний ринок зазнає глибокої трансформації під впливом різноманітних викликів. Так, пандемія COVID-19, воєнні конфлікти, інфляційні процеси, енергетична криза, кліматичні зміни та прискорена цифровізація суттєво змінили традиційні моделі функціонування туристичної індустрії [1]. У цьому контексті відбувається переосмислення принципів організації туристичної діяльності, змінюються напрями міжнародних туристичних потоків, структура попиту, поведінка споживачів і бізнес-моделі туристичних підприємств.

Згідно з даними UN Tourism, у 2024 р. міжнародний туризм майже повністю відновився після пандемії: кількість міжнародних туристичних прибуттів становила близько 1,47 млрд осіб,

що відповідає 99 % рівня 2019 р., тоді як доходи від міжнародного туризму перевищили 1,9 трлн дол. США [12]. Водночас сучасне відновлення характеризується не поверненням до попередньої моделі розвитку, а формуванням нової архітектури світового туристичного ринку, заснованої на принципах стійкості (resilience), цифрової трансформації (digital transformation) та сталого розвитку (sustainable tourism) (табл. 1).

Зміна географії міжнародних туристичних потоків. Однією з найважливіших тенденцій сучасного розвитку міжнародного туризму є трансформація географічної структури туристичних потоків. Якщо до пандемії найбільш популярними залишалися традиційні туристичні центри Західної Європи, Північної Америки та окремих країн Азії, то останні роки характеризуються активною диверсифікацією туристичних напрямків. Воєнні конфлікти, політична нестабільність, кліматичні ризики та економічна

Таблиця 1

Вплив головних геополітичних ризиків на розвиток міжнародного туризму

Геополітичний чинник	Головні прояви	Вплив на міжнародні туристичні потоки	Наслідки для туристичної індустрії
Воєнні конфлікти	Збройні протистояння, окупація територій, руйнування інфраструктури	Скорочення або припинення міжнародних подорожей, зміна туристичних маршрутів, закриття повітряного простору	Втрата туристичних доходів, руйнування готельної та транспортної інфраструктури, скорочення зайнятості, падіння інвестицій
Політична нестабільність	Масові протести, державні перевороти, політичні кризи, зміна урядів	Зниження туристичної привабливості країни, відкладення подорожей, скорочення бронювань	Зменшення інвестицій, підвищення страхових витрат, погіршення міжнародного іміджу туристичних дестинацій
Терористичні загрози	Терористичні акти, загрози масовим заходам, атаки на транспортну інфраструктуру	Тимчасове різке скорочення туристичних потоків, підвищення вимог до безпеки	Посилення контролю на транспорті, збільшення витрат на безпеку, зміна маршрутів подорожей
Безпекові ризики	Воєнні загрози, пандемії, природні катастрофи, кіберзагрози	Переорієнтація туристів на безпечніші дестинації, зростання попиту на внутрішній туризм	Упровадження Crisis Management, Business Continuity Management (BCM), цифрових систем моніторингу ризиків
Порушення міжнародної логістики	Закриття авіапростору, транспортні обмеження, дефіцит перевізних потужностей	Зменшення доступності туристичних напрямків, збільшення часу та вартості подорожей	Зростання вартості авіаперевезень, перегляд маршрутів, розвиток альтернативних транспортних коридорів

Джерело: складено автором на основі матеріалів UN Tourism (2025) [6; 7], OECD (2024) [8], World Economic Forum (2024) [9], World Travel & Tourism Council [10], IATA [11].

невизначеність змусили туристів переглянути критерії вибору місць відпочинку. Зростає попит на країни, що поєднують високий рівень безпеки, політичну стабільність, розвинену інфраструктуру та конкурентоспроможні ціни. Згідно з оцінками UN Tourism, у 2024 р. найшвидші темпи відновлення міжнародного туризму продемонстрували країни Близького Сходу, де кількість міжнародних туристичних прибуттів перевищила докризовий рівень 2019 р. більш ніж на 30 %. Значне зростання також спостерігалось в країнах Південної Європи, Карибського басейну та Південно-Східної Азії [7]. Водночас окремі регіони зазнали тривалого скорочення туристичних потоків через воєнні конфлікти, політичну нестабільність і транспортні обмеження. Це стосується насамперед України, окремих територій Близького Сходу та деяких країн Африки [13]. Новою тенденцією стає розвиток вторинних туристичних напрямів (secondary destinations) — менш відомих туристичних територій, які дають змогу уникати надмірної концентрації туристів (overtourism) та забезпечують більш збалансований регіональний розвиток. Окрім того, у країнах ЄС активно реалізується концепція Destination Diversification, що спрямована на рівномірний розподіл туристичних потоків між великими містами, малими історичними центрами, природоохоронними територіями та сільськими регіонами.

Цифровізація туристичних послуг. Одним із найважливіших складників трансформації сучасного туристичного ринку є цифровізація (digitalisation), що кардинально змінює механізми взаємодії між туристами, туристичними підприємствами та органами управління DESTINACIAMI. Європейська Комісія визначає цифрову трансформацію одним із двох клю-

зових напрямів Transition Pathway for Tourism поряд із зеленою трансформацією. Цифрові технології сприяють підвищенню ефективності управління, покращенню якості туристичних послуг і зміцненню стійкості туристичної галузі до зовнішніх криз. Варто зауважити, що найбільшого поширення набули: штучний інтелект, аналітика великих даних, інтернет речей, хмарні обчислення, блокчейн, віртуальна реальність, доповнена реальність, геоінформаційні системи, цифрові двійники (Digital Twin).

Обсяг світового онлайн-ринку туристичних послуг у 2025 р. оцінювався більш ніж у 700 млрд дол. США, і очікується, що цей показник неухильно зростатиме найближчими роками [14]. Розподіл продажів у глобальному секторі подорожей і туризму наочно демонструє ключову роль онлайн-сегмента: на онлайн-канали того року припадало понад 70 % загального доходу ринку. Однак не всі галузі так сильно залежать від онлайн-продажів [15]. Наприклад, на офлайн-транзакції припадало понад три чверті від загального обсягу продажів на світовому ринку круїзів у 2025 р., що свідчить про значний потенціал зростання онлайн-компаній у цьому секторі (табл. 2).

Використання штучного інтелекту дає змогу автоматизувати бронювання, прогнозувати туристичний попит, персоналізувати туристичні продукти та оптимізувати ціноутворення за допомогою систем управління доходами (Revenue Management System, RMS). Значного поширення набувають цифрові платформи управління DESTINACIAMI (Destination Management System, DMS), мобільні туристичні застосунки, електронні квитки (e-ticketing), цифрові паспорти подорожей і системи безконтактного обслуговування. Згідно з даними Європейської Комісії,

Таблиця 2

Головні напрями цифрової трансформації туристичної галузі України

Напрямок цифровізації	Приклади реалізації
Електронне врядування	Портал і застосунок “Дія”, електронні документи
Онлайн-просування туристичних DESTINACIAMI	Цифрові платформи ДАРТ
Цифровий маркетинг	SEO, SMM, контекстна реклама
Онлайн-бронювання	Booking.com, Airbnb, власні системи бронювання
Автоматизація готелів	PMS, CRM, Channel Manager
Електронні платежі	Apple Pay, Google Pay, банківські сервіси
Цифрові карти та навігація	Google Maps, цифрові туристичні маршрути
Віртуальні екскурсії	VR і 3D-тури музеями та туристичними об’єктами

Джерело: сформовано автором за матеріалами ДАРТ України [16], Міністерства цифрової трансформації України [17] та OECD [8].

у 2025 р. цифрова трансформація вже стала одним із головних чинників підвищення конкурентоспроможності туристичних DESTINATION у межах реалізації напрямів Transition Pathway for Tourism [18].

Нові моделі поведінки туристів. Глобальні виклики суттєво трансформували поведінку сучасних туристів. Якщо раніше головними критеріями вибору туристичних послуг були ціна, якість сервісу та популярність напрямку, то нині дедалі більшого значення набувають питання безпеки, екологічної відповідальності, гнучкості бронювання та цифрової доступності послуг. Серед ключових тенденцій сучасної поведінки туристів можна виокремити такі: скорочення середньої тривалості подорожей; збільшення кількості короткострокових поїздок (city breaks); зростання популярності індивідуальних подорожей; підвищення попиту на екологічний і природоорієнтований туризм; активне використання цифрових платформ бронювання; орієнтація на безпечні туристичні DESTINATION; поширення концепції поєднання дистанційної роботи та відпочинку (workation); розвиток цифрового кочівництва (digital nomadism). Після пандемії значно зріс попит на туристичні продукти, що забезпечують більшу гнучкість умов бронювання, можливість безкоштовного скасування поїздки та індивідуалізацію туристичного досвіду.

Важливою тенденцією є зростання екологічної свідомості туристів. Дедалі більше споживачів надають перевагу підприємствам, які впроваджують принципи ESG, використовують відновлювані джерела енергії, скорочують викиди CO₂ та підтримують місцеві громади.

Водночас активно розвивається концепція Smart Tourism, яка інтегрує цифрові технології, принципи сталого розвитку та інноваційні підходи до управління туристичними DESTINATION.

Розвиток внутрішнього та регіонального туризму. Одним із найпомітніших наслідків глобальних криз стало посилення ролі внутрішнього (domestic tourism) та регіонального (regional tourism) туризму. Під час пандемії COVID-19 саме внутрішній туризм став головним механізмом підтримки туристичної галузі в більшості країн світу [13]. Після відновлення міжнародних перевезень його значення не зменшилося, оскільки туристи продовжують частіше обирати короткі поїздки всередині країни або до сусідніх держав. Згідно з оцінками OECD, внутрішній туризм у багатьох країнах ЄС забезпечує понад 70 % загального туристичного попиту, що робить його важливим інструментом підвищення стійкості туристичної галузі до зовнішніх шоків [19].

Регіональний туризм також демонструє стаке зростання завдяки розвитку інтегрованих

туристичних маршрутів, покращенню транспортної доступності та реалізації спільних туристичних програм між сусідніми державами. У межах ЄС цьому сприяють: свобода пересування в межах Шенгенської зони; розвиток транс'європейської транспортної мережі (TEN-T); програми транскордонного співробітництва (interreg); єдина цифрова туристична інфраструктура; підтримка регіональних туристичних кластерів. Зростання ролі внутрішнього туризму також позитивно впливає на розвиток сільських територій, малого підприємництва, локальних виробників і культурної спадщини, сприяючи більш збалансованому соціально-економічному розвитку регіонів.

ВИСНОВКИ

Сучасний міжнародний туристичний ринок перебуває на етапі системної трансформації під впливом глобальних економічних, геополітичних, технологічних та екологічних викликів. Відбувається зміна географії туристичних потоків, що супроводжується активною цифровізацією туристичних послуг, формуванням нових моделей поведінки споживачів і посиленням ролі внутрішнього та регіонального туризму. Водночас ключовими напрямками розвитку туристичної галузі стають цифрова трансформація, стійкість (tourism resilience), концепція Smart Tourism, принципи ESG та сталий розвиток (sustainable development), які формують нову модель функціонування міжнародного туристичного ринку в умовах глобальної невизначеності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Tourism continues to recover from COVID but faces renewed challenges. *OECD*. 8 July 2024. URL: <https://www.oecd.org/en/blogs/2024/07/tourism-continues-to-recover-from-covid-but-faces-renewed-challenges.html>.
2. Hall C. M., Scott D., Gössling S. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. 2020. 22(3), 577–598. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>.
3. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. 29(1), 1–20. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>.
4. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism*. 2015. P. 551–563. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_40.
5. Buhalis D., Leung R. Smart Hospitality — Interconnectivity and Interoperability towards an Ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*. 2018. 71, 41–50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>.
6. World Tourism Barometer (2025). *UN Tourism*. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer>.
7. Digitalization and Innovation. *UN Tourism*. URL: <https://www.untourism.int/>.

8. Tourism Trends and Policies 2024. *OECD*. URL: <https://www.oecd.org/en/topics/tourism.html>.
9. Travel & Tourism Development Index 2024. *World Economic Forum*. URL: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>.
10. Economic Impact Research 2024. *World Travel & Tourism Council*. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact>.
11. International Air Transport Association (IATA). *Airline Industry Economic Performance 2025*. Access mode: <https://www.iata.org/en/publications/economics/>.
12. Statista — Online Travel Market Worldwide. URL: <https://www.statista.com/topics/2704/online-travel-market/>.
13. Towards Sustainable and Resilient Tourism in the European Union (2025). *European Committee of the Regions*. URL: <https://www.cor.europa.eu/en/our-work/opinions/cdr-1378-2025>.
14. Online travel market size worldwide from 2017 to 2024, with a forecast until 2030 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/>.
15. Revenue share of sales channels of the travel and tourism market worldwide from 2017 to 2030. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1239068/sales-channels-travel-tourism-worldwide/>.
16. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua>.
17. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua>.
18. Progress towards a Green and Digital Tourism (2025). *European Commission*. URL: https://transport.ec.europa.eu/news-events/news/progress-towards-green-and-digital-tourism-commission-publishes-stocktaking-report-2025-05-28_en.
19. Building Strong and Resilient Tourism Destinations (2025). *OECD*. URL: https://www.oecd.org/en/publications/building-strong-and-resilient-tourism-destinations_a57c343d-en.html.
4. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism*. 2015. 551-563. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_40.
5. Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart Hospitality — Interconnectivity and Interoperability towards an Ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>.
6. (2025). World Tourism Barometer. *UN Tourism*. Retrieved from: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer>.
7. Digitalization and Innovation. *UN Tourism*. Retrieved from: <https://www.untourism.int/>.
8. Tourism Trends and Policies 2024. *OECD*. Retrieved from: <https://www.oecd.org/en/topics/tourism.html>.
9. Travel & Tourism Development Index 2024. *World Economic Forum*. Retrieved from: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>.
10. Economic Impact Research 2024. *World Travel & Tourism Council*. Retrieved from: <https://wtcc.org/research/economic-impact>.
11. Airline Industry Economic Performance 2025. *International Air Transport Association (IATA)*. Retrieved from: <https://www.iata.org/en/publications/economics/>.
12. Statista — Online Travel Market Worldwide. Retrieved from: <https://www.statista.com/topics/2704/online-travel-market/>.
13. (2025). Towards Sustainable and Resilient Tourism in the European Union *European Committee of the Regions*. Retrieved from: <https://www.cor.europa.eu/en/our-work/opinions/cdr-1378-2025>.
14. Online travel market size worldwide from 2017 to 2024, with a forecast until 2030 (in billion U.S. dollars). Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/>.
15. Revenue share of sales channels of the travel and tourism market worldwide from 2017 to 2030. Retrieved from: <https://www.statista.com/forecasts/1239068/sales-channels-travel-tourism-worldwide/>.
16. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy [State Agency for Tourism Development of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.tourism.gov.ua> [in Ukr.].
17. Ministerstvo tsyvrovoi transformatsii Ukrainy [Ministry of Digital Transformation of Ukraine]. Retrieved from: <https://thedigital.gov.ua> [in Ukr.].
18. (2025). Progress towards a Green and Digital Tourism. *European Commission*. Retrieved from: https://transport.ec.europa.eu/news-events/news/progress-towards-green-and-digital-tourism-commission-publishes-stocktaking-report-2025-05-28_en.
19. (2025). Building Strong and Resilient Tourism Destinations. *OECD*. https://www.oecd.org/en/publications/building-strong-and-resilient-tourism-destinations_a57c343d-en.html.

REFERENCES

1. (2024). Tourism continues to recover from COVID but faces renewed challenges. *OECD*. Retrieved from: <https://www.oecd.org/en/blogs/2024/07/tourism-continues-to-recover-from-covid-but-faces-renewed-challenges.html>.
2. Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>.
3. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>.

V. A. KHUVERDIEVA, PhD in Economics, Associate Professor

TRANSFORMATION OF THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET UNDER THE INFLUENCE OF GLOBAL CHALLENGES

Abstract. The article examines the features of the transformation of the international tourism market in the context of modern global challenges. The impact of the COVID-19 pandemic, geopolitical instability, military conflicts, economic crises, climate change and digital transformation on the functioning of the global tourism industry is analyzed. Key trends in the development of international tourism are identified, including the digitalization

of tourism services, the growth of demand for safe, environmentally friendly and sustainable tourism, the diversification of tourism products and the adaptation of business models of tourism entities to new conditions. The need to increase the sustainability of the tourism market through the introduction of innovative technologies, the development of international partnerships and the formation of effective state policy in the field of tourism is substantiated. It is concluded that modern global challenges not only create significant risks for the development of international tourism, but also open up new opportunities for its modernization, digital transformation and ensuring long-term competitiveness.

Keywords: *international tourism market, international tourism, global challenges, digitalization, sustainable tourism, tourism industry, COVID-19 pandemic, geopolitical risks, innovation, competitiveness.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРА

Худавердієва Вікторія Анатоліївна — канд. екон. наук, доц., доц. кафедри туризму, Державний біотехнологічний університет; вул. Алчевських, 44, м. Харків, Україна, 61002; +38 (050) 834-12-70; viki75807@gmail.com; ORCID: 0000-0002-0100-5079

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Khudaverdiieva V. A. — PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism State biotechnological university (SBTU); 44, Alchevskyh Str., Kharkiv, Ukraine, 61002; +38 (050) 834-12-70; viki75807@gmail.com; ORCID: 0000-0002-0100-5079



Надійшла до редакції 19.07.2026

Прийнята до друку 03.08.2026

Опубліковано 30.09.2026

