

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА**

Географічний факультет
кафедра географії України і туризму

Кваліфікаційна робота

**РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ КІПРУ:
МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ**

Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма «Туризм»

Здобувачка вашої освіти освітньо-
кваліфікаційного рівня «бакалавр»
Піхович Марія

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
доктор географічних наук, професор
Кузишин Андрій Васильович

РЕЦЕНЗЕНТ:
менеджер туристичної компанії «Рід-Тур»
Прут Дмитро Васильович

Тернопіль, 2026

Зміст

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	6
1.1. Міжнародний туризм як чинник соціально-економічного розвитку держав	6
1.2. Міжкультурна комунікація у системі міжнародного туристичного обслуговування	11
1.3. Методологія UN Tourism щодо дослідження міжнародних туристичних потоків	16
Висновки до розділу 1	22
Розділ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА КІПРІ	24
2.1. Передумови формування міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру	24
2.2. Туристична інфраструктура Кіпру як основа розвитку міжнародного туризму	31
2.3. Просторові особливості туристичних дестинацій Кіпру	36
Висновки до розділу 2	41
Розділ 3. РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У РОЗВИТКУ КІПРУ: МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ	43
3.1. Аналіз міжнародних туристичних потоків Кіпру за методологією UN Tourism	43
3.2. Міжкультурна комунікація як чинник конкурентоспроможності туристичної індустрії Кіпру	48
3.3. Економічний ефект міжнародного туризму та перспективи розвитку туристичної галузі Кіпру	54
Висновки до розділу 3	60
Висновки	62
Список використаних джерел	66

Вступ

Міжнародний туризм у сучасному світі виступає одним із найбільш динамічних секторів світової економіки, що здійснює вагомий вплив на соціально-економічний розвиток держав, формування міжнародних зв'язків та розвиток міжкультурних комунікацій. В умовах глобалізації туристичні переміщення населення перетворилися на важливий інструмент економічної інтеграції, культурного обміну та міждержавної співпраці. Особливого значення міжнародний туризм набуває для країн із вираженою туристичною спеціалізацією, де доходи від туристичної діяльності формують суттєву частку валового внутрішнього продукту та забезпечують зайнятість населення.

Однією з таких держав є Республіка Кіпр, яка завдяки вигідному географічному положенню, сприятливим природно-кліматичним умовам, багатій історико-культурній спадщині та розвиненій туристичній інфраструктурі посідає важливе місце серед туристичних дестинацій Середземноморського регіону. Туристична галузь Кіпру є одним із ключових секторів національної економіки та значною мірою визначає соціально-економічну динаміку розвитку країни. Водночас міжнародний туризм сприяє активізації міжкультурної взаємодії між представниками різних національностей, культур і релігій, формуючи середовище міжкультурного діалогу та взаєморозуміння.

Проблематика розвитку міжнародного туризму, туристичних потоків та міжкультурної комунікації перебуває у центрі уваги численних зарубіжних і вітчизняних науковців. Теоретичні засади дослідження міжнародного туризму висвітлені у працях Дж. Джафарі, К. Купера, С. Медліка, Р. Батлера, Н. Лейпера, А. Пуна, Д. Пірса, Р. Шарплі та інших. Значний внесок у розроблення питань туристичних потоків, сталого розвитку туризму та туристичної політики зробили експерти Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism), зокрема Е. Інскіп, Т. Бауман, Л. Д'Амонте та інші дослідники.

Серед українських науковців вагомий внесок у дослідження міжнародного туризму, туристичного країнознавства та просторової організації туристичної

діяльності зробили М. Мальська, В. Федорченко, О. Любіцева, І. Смаль, Т. Ткаченко, О. Бейдик, Л. Устименко, О. Бордун, В. Кифяк, А. Кузишин та інші.

Незважаючи на значну кількість наукових праць, проблема комплексного аналізу ролі міжнародного туризму для Кіпру крізь призму економічного ефекту та міжкультурної комунікації залишається недостатньо розкритою, особливо з використанням сучасної методології UN Tourism щодо дослідження міжнародних туристичних потоків.

Метою роботи є дослідження ролі міжнародного туризму у розвитку Республіки Кіпр шляхом аналізу міжнародних туристичних потоків за методологією UN Tourism, оцінювання особливостей міжкультурної комунікації та визначення економічного ефекту туристичної діяльності.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких **завдань**:

- розкрити теоретичні засади дослідження міжнародного туризму та міжкультурної комунікації;
- проаналізувати методологічні підходи UN Tourism до вивчення міжнародних туристичних потоків;
- охарактеризувати передумови розвитку міжнародного туризму на Кіпрі;
- дослідити особливості просторової організації туристичних дестинацій країни;
- здійснити аналіз міжнародних туристичних потоків Кіпру;
- визначити роль міжкультурної комунікації у функціонуванні туристичної галузі держави;
- оцінити економічний ефект міжнародного туризму для економіки Кіпру;
- обґрунтувати перспективи подальшого розвитку міжнародного туризму в країні.

Об'єктом дослідження є міжнародний туризм Республіки Кіпр як складова соціально-економічного розвитку держави.

Предметом дослідження виступають міжнародні туристичні потоки Кіпру, особливості міжкультурної комунікації у сфері туристичного обслуговування та економічні наслідки розвитку міжнародного туризму.

У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: аналізу і синтезу, порівняльно-географічний, статистичний, історичний, системний, структурно-функціональний, картографічний, методи туристичного районування, графічної візуалізації та просторового аналізу.

Інформаційну базу дослідження становлять статистичні матеріали UN Tourism, World Travel & Tourism Council (WTTC), Eurostat, Statistical Service of Cyprus, Міністерства туризму Кіпру, наукові публікації українських та зарубіжних учених, матеріали міжнародних організацій, аналітичні звіти та офіційні статистичні дані.

Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Міжнародний туризм як чинник соціально-економічного розвитку держав

На сучасному етапі розвитку світового господарства міжнародний туризм належить до найбільш динамічних і впливових видів економічної діяльності. Його значення виходить далеко за межі суто рекреаційної функції, оскільки туризм виступає важливим чинником економічного зростання, міжнародної інтеграції, розвитку міждержавних зв'язків, культурного обміну та формування позитивного міжнародного іміджу держав. У глобалізованому світі туристична діяльність перетворилася на потужний механізм мобільності населення, залучення інвестицій, стимулювання підприємницької активності та розвитку територій.

Важливість міжнародного туризму визначається насамперед його масштабами. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism), туристична сфера забезпечує значну частку світового експорту послуг і виступає одним із найбільших секторів міжнародної торгівлі. У багатьох країнах світу туризм є провідною галуззю економіки, формуючи значну частину валового внутрішнього продукту, забезпечуючи зайнятість населення та сприяючи соціально-економічній стабільності.

Теоретичні засади дослідження міжнародного туризму сформувалися впродовж другої половини XX століття. Значний внесок у розвиток наукових підходів до вивчення туристичних процесів здійснили Дж. Джафарі, Н. Лейпер, Р. Батлер, К. Купер, С. Медлік, Д. Пірс, С. Пейдж та інші дослідники. Їхні праці заклали основу для розуміння туризму як складної соціально-економічної системи, що охоплює різноманітні аспекти людської діяльності та міжрегіональних взаємозв'язків.

Зокрема, Ніл Лейпер розглядав туризм як систему, що складається з трьох основних елементів: регіону походження туристів, транзитного простору та туристичної дестинації.

Такий підхід дозволив сформувати цілісне бачення туристичного процесу як взаємодії між територіями та учасниками туристичного ринку.

На думку Річарда Батлера, міжнародний туризм характеризується циклічністю розвитку туристичних дестинацій, які проходять стадії становлення, зростання, консолідації, стагнації та можливого відродження. Ця концепція й сьогодні активно використовується для аналізу розвитку туристичних регіонів світу.

В українській туристичній науці вагомий внесок у дослідження міжнародного туризму здійснили О. Любіцева, М. Мальська, В. Федорченко, І. Смаль, Т. Ткаченко, О. Бейдик, В. Кифяк та інші вчені. У їхніх працях міжнародний туризм розглядається як складний багатофункціональний феномен, що поєднує економічні, соціальні, культурні та просторові аспекти розвитку суспільства.

Особливе місце серед сучасних українських досліджень займають праці А.В. Кузишина, присвячені проблемам міжнародного туризму та міжнародного туристичного бізнесу. У навчальному посібнику «Міжнародний туризм» автор наголошує, що сучасний міжнародний туризм є одним із ключових елементів світового господарства та важливим інструментом інтеграції країн у глобальний соціально-економічний простір [4, с. 9–14]. Дослідник підкреслює, що туристичні переміщення населення сприяють формуванню нових економічних зв'язків, активізації міжнародної співпраці та поширенню міжкультурних контактів.

У науковій літературі існує значна кількість визначень поняття «міжнародний туризм». Відповідно до підходу UN Tourism, міжнародний туризм охоплює діяльність осіб, які подорожують і перебувають за межами країни свого постійного проживання протягом періоду, що не перевищує одного року, з метою відпочинку, бізнесу чи інших цілей, не пов'язаних із отриманням доходу в місці перебування.

Сучасний міжнародний туризм виконує низку важливих функцій. Серед них особливого значення набувають економічна, соціальна, культурна,

комунікативна, гуманітарна та інтеграційна функції. Кожна з них справляє безпосередній вплив на розвиток держав і регіонів.

Найбільш відчутною є економічна функція туризму. Туристична діяльність генерує значні фінансові потоки, які надходять до національних економік через споживання туристами товарів і послуг. Доходи від міжнародного туризму сприяють збільшенню валютних надходжень, покращенню платіжного балансу держав та підвищенню інвестиційної привабливості територій.

Як зазначає А.В. Кузишин, туристична сфера має виражений мультиплікативний ефект, оскільки стимулює розвиток транспортного комплексу, готельного господарства, ресторанного бізнесу, торгівлі, будівництва, сфери послуг та інших галузей економіки [4, с. 24–31]. Завдяки цьому кожне робоче місце, створене у туристичній галузі, сприяє появі додаткових робочих місць у суміжних секторах економіки.

Міжнародний туризм також виступає важливим інструментом регіонального розвитку. У багатьох країнах туристична діяльність сприяє освоєнню периферійних територій, розвитку інфраструктури та підвищенню рівня життя населення. Особливо помітним є вплив туризму на розвиток острівних держав та приморських регіонів, де туристична галузь часто виступає основним джерелом економічного зростання.

Важливим напрямом впливу міжнародного туризму є формування зайнятості населення. Туристична сфера характеризується високою трудомісткістю та потребує значної кількості працівників різного профілю. За даними міжнародних організацій, туризм забезпечує робочими місцями сотні мільйонів осіб у світі. Особливо важливим є його значення для молоді, жінок та населення регіонів із обмеженими можливостями працевлаштування.

Соціальна роль міжнародного туризму полягає у підвищенні якості життя населення, розвитку людського капіталу та розширенні можливостей міжособистісного спілкування. Туристичні подорожі сприяють пізнанню інших культур, формуванню світогляду людини та розширенню її соціального досвіду.

У цьому контексті особливого значення набуває міжкультурна функція туризму. Як зазначає А.В. Кузишин, міжнародний туризм є одним із найбільш ефективних механізмів міжкультурної взаємодії, що забезпечує безпосередні контакти між представниками різних народів і культур [4, с. 52–58]. Завдяки цьому відбувається взаємне збагачення культур, поширення знань про інші країни та формування атмосфери толерантності.

В умовах глобалізації туризм стає важливим інструментом міжнародного діалогу. Подорожуючи, люди отримують можливість безпосередньо ознайомитися з культурними традиціями, способом життя та цінностями інших народів. Це сприяє подоланню стереотипів і зміцненню міжнародного взаєморозуміння.

Однією з ключових характеристик сучасного міжнародного туризму є його тісний зв'язок із процесами глобалізації. Розвиток транспортних технологій, цифрових платформ, міжнародних систем бронювання та інформаційних мереж сприяв формуванню єдиного світового туристичного простору. Туристичні потоки стали більш мобільними, а туристичні дестинації отримали можливість конкурувати за відвідувачів у глобальному масштабі.

На думку А.В. Кузишина, міжнародний туристичний бізнес у XXI столітті характеризується високим рівнем інтеграції та концентрації капіталу, що проявляється у зростанні ролі транснаціональних туристичних корпорацій, глобальних мереж готельного бізнесу та міжнародних туристичних операторів [5, с. 15–22].

Сучасна туристична діяльність також відіграє важливу роль у формуванні позитивного міжнародного іміджу держав. Туризм є одним із найбільш ефективних інструментів так званої «м'якої сили», за допомогою якої країни можуть популяризувати власну культуру, традиції та національні цінності. Успішний розвиток туристичної сфери сприяє підвищенню міжнародної впізнаваності держави та зміцненню її позицій на світовій арені.

Значний вплив міжнародний туризм справляє і на розвиток підприємництва. Туристичний сектор створює сприятливі умови для

функціонування малого та середнього бізнесу, який забезпечує значну частину туристичних послуг. У багатьох країнах саме туризм став основою економічної активізації місцевих громад та джерелом наповнення місцевих бюджетів.

Окремої уваги заслуговує роль міжнародного туризму у забезпеченні сталого розвитку. В останні десятиліття концепція сталого туризму стала одним із пріоритетних напрямів діяльності міжнародних організацій та національних урядів. Її основною метою є забезпечення збалансованого використання природних, культурних та соціально-економічних ресурсів.

У працях міжнародних експертів наголошується, що розвиток туризму повинен здійснюватися з урахуванням екологічних обмежень, інтересів місцевого населення та потреб майбутніх поколінь. Туристична діяльність має сприяти збереженню природної та культурної спадщини, а також забезпечувати економічні вигоди для територій, на яких вона здійснюється.

Водночас міжнародний туризм стикається із низкою викликів, пов'язаних із політичною нестабільністю, економічними кризами, пандеміями, військовими конфліктами та змінами клімату. Події останніх років продемонстрували високу чутливість туристичної сфери до глобальних потрясінь. Особливо відчутним став вплив пандемії COVID-19, яка призвела до безпрецедентного скорочення міжнародних туристичних потоків.

Попри це, туристична галузь продовжує демонструвати високий потенціал відновлення та адаптації. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму пов'язані з цифровізацією туристичних послуг, розвитком індивідуалізованих форм відпочинку, зростанням попиту на екологічний та культурно-пізнавальний туризм, а також посиленням ролі міжкультурної комунікації.

Таким чином, міжнародний туризм виступає одним із ключових чинників соціально-економічного розвитку сучасних держав. Його вплив проявляється через формування валового внутрішнього продукту, створення робочих місць, стимулювання інвестиційної діяльності, розвиток інфраструктури та активізацію підприємництва. Водночас туризм сприяє розширенню міжкультурних контактів, формуванню міжнародного діалогу та зміцненню гуманітарних

зв'язків між народами. Праці А.В. Кузишина дозволяють розглядати міжнародний туризм не лише як галузь економіки, а як складне суспільне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та комунікативні аспекти розвитку сучасного світу, що є особливо важливим для подальшого дослідження ролі міжнародного туризму в соціально-економічному розвитку Республіки Кіпр.

1.2. Міжкультурна комунікація у системі міжнародного туристичного обслуговування

У сучасних умовах глобалізації міжнародний туризм виступає не лише важливою складовою світової економіки, а й одним із найефективніших механізмів міжкультурної взаємодії. Туристичні подорожі створюють умови для безпосереднього контакту представників різних народів, культур, релігій та цивілізаційних традицій, сприяючи взаємному обміну цінностями, знаннями та соціокультурним досвідом. Саме тому проблема міжкультурної комунікації посідає важливе місце в сучасних дослідженнях міжнародного туризму та туристичного обслуговування.

Всесвітня туристична організація (UN Tourism) розглядає туризм як один із найбільш дієвих інструментів міжкультурного діалогу, розвитку толерантності та взаєморозуміння між народами. У документах організації неодноразово наголошується, що туристична діяльність сприяє зміцненню миру, міжкультурному порозумінню та формуванню позитивних моделей міжнародної співпраці [37, р. 2–4]. Саме тому соціокультурний ефект туризму розглядається поряд з його економічними результатами як одна з найважливіших складових сталого розвитку туристичної сфери.

Поняття міжкультурної комунікації сформувалося у другій половині ХХ століття на стику соціології, культурології, антропології, психології та комунікативістики. Засновником сучасної теорії міжкультурної комунікації вважають американського антрополога Едварда Голла, який одним із перших звернув увагу на вплив культурних особливостей на процес міжособистісного

спілкування. У своїй праці «The Silent Language» він обґрунтував, що представники різних культур по-різному сприймають час, простір, невербальні сигнали та соціальні взаємини, що безпосередньо впливає на ефективність комунікації [20, р. 15–29].

Подальший розвиток теорії міжкультурної комунікації пов'язаний із працями Г. Гофстеде, М. Самовара, Р. Портера, М. Беннета, Д. Мацумото та інших дослідників. Особливо вагомим став внесок Г. Гофстеде, який запропонував модель культурних вимірів, що дозволяє пояснювати відмінності в поведінці представників різних національних культур через такі характеристики, як дистанція влади, індивідуалізм, уникнення невизначеності, маскулінність та довгострокова орієнтація [22, р. 35–67].

У туристичній сфері міжкультурна комунікація являє собою процес взаємодії між туристами, працівниками туристичної індустрії та місцевим населенням, які належать до різних культурних середовищ. Ефективність цієї взаємодії значною мірою визначає рівень задоволеності туристів, конкурентоспроможність туристичних дестинацій та якість туристичного продукту загалом.

На думку М. Самовара та Р. Портера, міжкультурна комунікація виникає тоді, коли учасники комунікаційного процесу належать до різних культурних груп і їхні культурні відмінності впливають на перебіг та результати спілкування [31, р. 10–18]. Саме така ситуація є типовою для міжнародного туризму, де представники різних культур перебувають у постійній взаємодії.

У контексті міжнародного туристичного обслуговування міжкультурна комунікація охоплює широкий спектр взаємозв'язків. Вона проявляється у спілкуванні туристів із працівниками готелів, ресторанів, транспортних компаній, екскурсійних служб, туристичних агентств та місцевими жителями. Кожна з цих взаємодій має власну специфіку та потребує врахування культурних особливостей сторін.

Особливе значення міжкультурна комунікація набуває в умовах інтенсивного розвитку міжнародних туристичних потоків. За даними UN

Tourism, щороку сотні мільйонів туристів здійснюють міжнародні подорожі, що супроводжується постійним розширенням географії міжкультурних контактів та зростанням культурного різноманіття туристичного середовища. Це вимагає від працівників туристичної сфери високого рівня міжкультурної компетентності та готовності працювати в багатокультурному середовищі.

У сучасній науковій літературі міжкультурна компетентність розглядається як здатність особи ефективно взаємодіяти з представниками інших культур, розуміти культурні відмінності та адаптувати власну поведінку відповідно до особливостей конкретного комунікативного середовища. За визначенням М. Беннета, міжкультурна компетентність передбачає розвиток чутливості до культурних відмінностей та здатності сприймати культурне різноманіття як позитивне явище [15, р. 23–31].

У міжнародному туризмі міжкультурна компетентність працівників є одним із ключових чинників якості обслуговування. Туристи оцінюють не лише матеріальну складову туристичного продукту, але й якість комунікації, рівень гостинності, готовність персоналу враховувати їхні культурні особливості та потреби. Відтак міжкультурна комунікація стає важливою конкурентною перевагою туристичних підприємств та дестинацій.

Одним із найважливіших елементів міжкультурної комунікації у туристичній сфері є мовна взаємодія. Мова виступає основним засобом передачі інформації та забезпечує можливість встановлення ефективного контакту між учасниками туристичного процесу. Водночас мовні бар'єри залишаються однією з найбільш поширених проблем міжнародного туризму.

Наявність мовних труднощів може призводити до непорозумінь, конфліктних ситуацій та зниження рівня задоволеності туристів. Саме тому міжнародні туристичні компанії активно впроваджують багатомовне обслуговування, переклад інформаційних матеріалів та мовну підготовку персоналу. Особливої актуальності ці заходи набувають у країнах із високим рівнем міжнародної туристичної активності, зокрема на Кіпрі, де туристичний сектор орієнтований на відвідувачів із різних країн Європи та світу.

Важливим аспектом міжкультурної комунікації є також врахування культурних цінностей туристів. Представники різних культур можуть по-різному сприймати стандарти обслуговування, форми ввічливості, особливості поведінки персоналу, організацію відпочинку та навіть зміст туристичного продукту. Те, що в одній культурі вважається прийнятним, в іншій може викликати негативну реакцію.

Гофстеде підкреслював, що культурні цінності мають глибокий вплив на поведінку людей та визначають їхні очікування щодо соціальної взаємодії [22, р. 70–95]. У туристичній сфері це означає необхідність адаптації послуг до особливостей різних груп споживачів.

Важливою складовою міжкультурної взаємодії виступає невербальна комунікація. Жести, міміка, дистанція спілкування, контакт очима та інші невербальні сигнали можуть суттєво відрізнятися залежно від культурного контексту. Нерозуміння цих особливостей нерідко стає причиною комунікативних бар'єрів.

За спостереженнями Е. Голла, представники різних культур по-різному сприймають особистий простір та часові параметри спілкування [21, р. 83–96]. Для працівників туристичної індустрії знання таких особливостей є важливим чинником професійної компетентності.

Міжкультурна комунікація в туристичній сфері має двосторонній характер. З одного боку, туристи адаптуються до культурного середовища країни перебування, а з іншого – приймаюча сторона пристосовує власні послуги до потреб міжнародних відвідувачів. У результаті формується особливий простір міжкультурної взаємодії, який сприяє поширенню нових знань, цінностей та поведінкових моделей.

Особливого значення міжкультурна комунікація набуває в контексті формування туристичного іміджу держави. Туристи оцінюють країну не лише через її природні та культурні ресурси, але й через якість комунікації з місцевим населенням та рівень гостинності. Саме тому культура обслуговування часто

виступає одним із визначальних чинників конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

На думку А.В. Кузишина, міжнародний туризм є одним із найбільш ефективних механізмів культурного обміну та взаємозбагачення народів, оскільки створює умови для безпосереднього контакту представників різних культур і сприяє формуванню толерантності та взаєморозуміння [4, с. 53–58].

Водночас міжкультурна комунікація може супроводжуватися певними труднощами. До основних міжкультурних бар'єрів у міжнародному туризмі належать мовні відмінності, стереотипи, етноцентризм, релігійні особливості, різниця у соціальних нормах та поведінкових стандартах. Подолання цих бар'єрів потребує розвитку міжкультурної компетентності як у туристів, так і у працівників туристичної сфери.

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму свідчать про зростання значення цифрових технологій у процесах міжкультурної комунікації. Онлайн-платформи бронювання, мобільні додатки, автоматизовані перекладачі та цифрові інформаційні системи значно полегшують взаємодію між представниками різних культур. Водночас вони не можуть повністю замінити безпосередній людський контакт, який залишається основою туристичного досвіду.

У документах UN Tourism наголошується, що розвиток туризму має базуватися на принципах взаємної поваги, культурної різноманітності та міжкультурного діалогу [37, р. 5–8]. Реалізація цих принципів сприяє не лише підвищенню якості туристичного обслуговування, а й зміцненню міжнародного співробітництва та сталому розвитку туристичних дестинацій.

Таким чином, міжкультурна комунікація є невід'ємною складовою системи міжнародного туристичного обслуговування та одним із ключових чинників успішного функціонування туристичної індустрії. Вона забезпечує ефективну взаємодію між представниками різних культур, сприяє підвищенню якості туристичних послуг, формуванню позитивного іміджу туристичних дестинацій та розвитку міжнародного діалогу. У сучасних умовах зростання міжнародної

мобільності населення роль міжкультурної комунікації постійно посилюється, перетворюючи її на один із найважливіших ресурсів конкурентоспроможності міжнародного туризму. Особливого значення цей аспект набуває для Республіки Кіпр, де міжнародний туризм базується на обслуговуванні туристів із різних країн Європи, Близького Сходу та інших регіонів світу, що робить міжкультурну компетентність важливим чинником успішного розвитку туристичної галузі держави.

1.3. Методологія UN Tourism щодо дослідження міжнародних туристичних потоків

Сучасне дослідження міжнародного туризму неможливе без використання уніфікованих методологічних підходів, які забезпечують порівнянність статистичних даних між країнами та регіонами світу. Провідну роль у формуванні таких підходів відіграє Всесвітня туристична організація ООН (UN Tourism), яка є спеціалізованою міжурядовою установою системи Організації Об'єднаних Націй у сфері туризму. Саме ця організація розробила сучасні стандарти статистичного обліку туристичної діяльності та методичні підходи до дослідження міжнародних туристичних потоків.

Формування сучасної методології міжнародної туристичної статистики розпочалося наприкінці XX століття. Важливим етапом стала розробка документу «Recommendations on Tourism Statistics» (UNWTO, 1994), а згодом його оновленої редакції «International Recommendations for Tourism Statistics 2008» (IRTS 2008), підготовленої спільно Всесвітньою туристичною організацією, Статистичним відділом ООН, Євростатом та Організацією економічного співробітництва і розвитку.

Відповідно до рекомендацій UN Tourism міжнародний туризм охоплює діяльність осіб, які здійснюють подорожі за межі країни свого постійного проживання та перебувають у місці відвідування менше одного року з будь-якою метою, окрім здійснення оплачуваної діяльності у країні перебування /

Таблиця 1.1

**Основні показники аналізу міжнародного туризму за методологією
UN Tourism**

Показник	Зміст показника	Одиниця виміру
International Tourist Arrivals	Кількість міжнародних туристичних прибуттів	осіб
International Tourism Receipts	Доходи від міжнародного туризму	млн дол. США
International Tourism Expenditure	Витрати туристів за кордоном	млн дол. США
Average Length of Stay	Середня тривалість перебування	днів
Average Expenditure per Tourist	Середні витрати одного туриста	дол. США
Tourism Direct GDP	Частка туризму у ВВП	%
Tourism Employment	Зайнятість у туризмі	осіб, %
Tourism Balance	Різниця між доходами та витратами	млн дол. США
Market Share	Частка країни на міжнародному туристичному ринку	%
Seasonality Index	Рівень сезонної концентрації потоків	коефіцієнт

Ключовою категорією дослідження виступає поняття «відвідувач» (visitor), яке охоплює всіх осіб, що здійснюють поїздки поза межами звичного середовища проживання. У межах цієї категорії виділяють туристів (tourists), які здійснюють хоча б одну ночівлю в місці відвідування, та одноденних відвідувачів або екскурсантів (same-day visitors), які повертаються до місця постійного проживання протягом доби.

Поділ відвідувачів на туристів та екскурсантів має важливе значення для статистичного аналізу міжнародних туристичних потоків, оскільки саме туристи

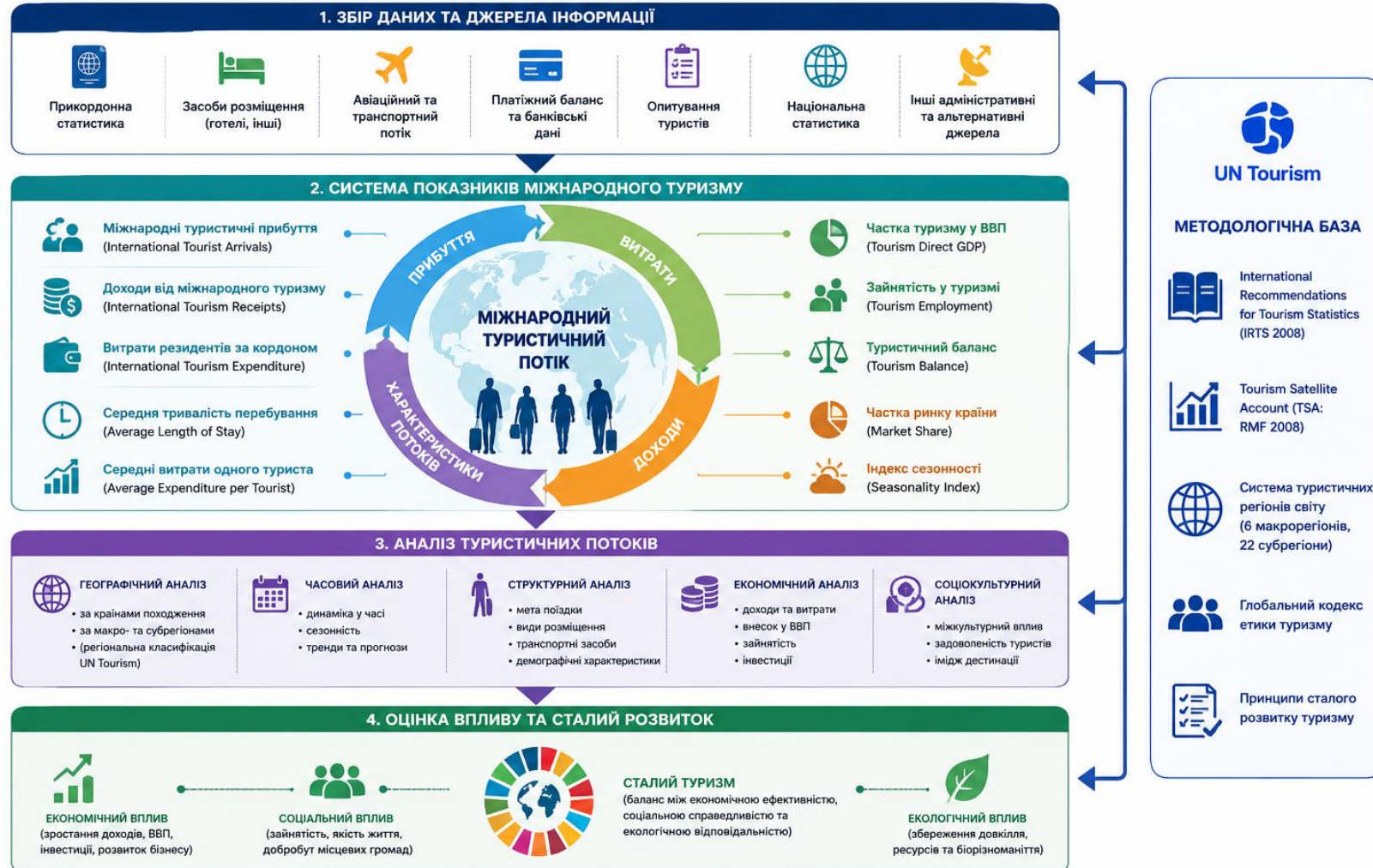
формують основну частину економічного ефекту туристичної діяльності. Їхні витрати впливають на функціонування готельного господарства, ресторанного бізнесу, транспорту, торгівлі та інших секторів економіки.

Одним із базових показників, що використовується у міжнародній туристичній статистиці, є кількість міжнародних туристичних прибуттів (International Tourist Arrivals). Під цим поняттям розуміється кількість іноземних туристів, які прибули на територію певної держави протягом визначеного періоду часу. Саме цей показник використовується для оцінювання масштабів міжнародного туризму та визначення місця країни на світовому туристичному ринку.

Поряд із туристичними прибуттями важливе значення мають доходи від міжнародного туризму (International Tourism Receipts). Цей показник відображає обсяг коштів, отриманих державою від іноземних туристів за товари та послуги під час перебування у країні. За своєю економічною сутністю туристичні доходи є складовою експорту послуг і безпосередньо впливають на платіжний баланс держави.

Не менш важливим є показник міжнародних туристичних витрат (International Tourism Expenditure), який характеризує обсяги коштів, витрачених резидентами певної країни під час подорожей за кордон. Порівняння доходів і витрат дозволяє визначити туристичне сальдо або туристичний баланс держави.

Методологічна система дослідження міжнародних туристичних потоків за підходами UN Tourism



Джерело: складено на основі UN Tourism – International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008), Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 (TSA: RMF 2008) та інших документів UN Tourism.

Особливе місце у методології UN Tourism займає аналіз туристичних потоків у просторовому вимірі. Для цього використовується система туристичного районування світу, яка передбачає поділ планети на шість туристичних макрорегіонів:

- Європа;
- Азія і Тихоокеанський регіон;
- Америка;
- Африка;
- Близький Схід;
- Південна Азія (у новітніх класифікаціях інтегрована до ширшого Азійсько-Тихоокеанського регіону).

У межах кожного макрорегіону виділяються туристичні субрегіони. Для теми даного дослідження особливого значення набуває Середземноморський туристичний субрегіон Європи, до якого належить Республіка Кіпр.

Саме методологія субрегіонального аналізу використовується UN Tourism для оцінювання позицій окремих країн на міжнародному туристичному ринку та виявлення тенденцій розвитку туристичних потоків.

Важливим напрямом дослідження міжнародного туризму є аналіз сезонності туристичних потоків. Сезонність являє собою нерівномірність розподілу туристичних прибуттів протягом року та характерна для більшості туристичних дестинацій світу. Для середземноморських країн, зокрема Кіпру, характерна літня концентрація туристичних потоків, що пов'язана з домінуванням пляжно-рекреаційного туризму.

Окремого значення у сучасних дослідженнях набуває оцінювання економічного впливу туризму. Для цього UN Tourism спільно з Організацією Об'єднаних Націй розробила концепцію Tourism Satellite Account (TSA) – Туристичного сателітного рахунку.

Методологія TSA дозволяє оцінити:

- прямий внесок туризму у ВВП;
- зайнятість населення у туристичній сфері;

- структуру туристичних витрат;
- вплив туризму на суміжні галузі економіки;
- інвестиції у туристичну інфраструктуру.

На відміну від традиційної статистики TSA забезпечує комплексний аналіз економічної ролі туризму та дозволяє інтегрувати туристичну діяльність у систему національних рахунків.

У сучасних умовах особливої уваги набуває також концепція сталого туризму. Згідно з підходами UN Tourism розвиток туристичної діяльності повинен забезпечувати баланс між економічною ефективністю, соціальною справедливістю та екологічною безпекою. Саме тому поряд із показниками туристичних прибуттів і доходів все більше значення отримують індикатори якості життя місцевого населення, збереження культурної спадщини та стану довкілля.

Для дослідження ролі міжнародного туризму в розвитку Кіпру особливо важливими будуть такі методичні показники:

- міжнародні туристичні прибуття;
- туристичні доходи;
- туристичні витрати;
- країни-генератори туристичних потоків;
- середня тривалість перебування туристів;
- сезонність туристичних потоків;
- частка туризму у ВВП;
- зайнятість населення у туристичній сфері;
- туристичний баланс держави.

Таким чином, методологія UN Tourism забезпечує комплексний підхід до дослідження міжнародних туристичних потоків та їхнього економічного й соціокультурного впливу. Її використання дозволяє здійснювати порівняльний аналіз розвитку туристичних дестинацій, оцінювати конкурентоспроможність країн на міжнародному туристичному ринку та визначати перспективи подальшого розвитку туристичної галузі. Саме ці підходи становитимуть

методологічну основу подальшого аналізу міжнародних туристичних потоків Республіки Кіпр у третьому розділі кваліфікаційної роботи.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито теоретико-методологічні засади дослідження міжнародного туризму та міжкультурної комунікації як взаємопов'язаних складових сучасного суспільного розвитку. Встановлено, що міжнародний туризм належить до найбільш динамічних секторів світової економіки, який здійснює вагомий вплив на формування валового внутрішнього продукту, зайнятість населення, розвиток міжнародної торгівлі послугами, інвестиційну активність та міждержавне співробітництво. Водночас туристична діяльність виконує важливі соціальні та культурні функції, сприяючи міжкультурному діалогу, поширенню знань про інші країни та формуванню атмосфери толерантності.

На основі аналізу праць зарубіжних і вітчизняних дослідників з'ясовано, що сучасний міжнародний туризм слід розглядати як складну багатокомпонентну систему, яка поєднує економічні, соціальні, культурні та просторові аспекти розвитку. Особливу увагу приділено науковим напрацюванням А.В. Кузишина, у яких міжнародний туризм трактується як важливий чинник інтеграції держав у глобальний соціально-економічний простір та механізм активізації міжнародних комунікацій.

Дослідження міжкультурної комунікації дозволило встановити її визначальну роль у системі міжнародного туристичного обслуговування. Виявлено, що ефективна взаємодія між представниками різних культур значною мірою впливає на якість туристичних послуг, рівень задоволеності туристів та конкурентоспроможність туристичних дестинацій. У сучасних умовах міжкультурна компетентність працівників туристичної сфери виступає одним із ключових чинників успішного функціонування туристичного бізнесу.

Окрему увагу приділено методології UN Tourism щодо дослідження міжнародних туристичних потоків. Встановлено, що система показників, запропонована цією організацією, забезпечує можливість комплексного аналізу міжнародного туризму через оцінювання туристичних прибуттів, доходів, витрат, структури туристичних потоків, рівня зайнятості та внеску туризму у національну економіку. Важливе значення для дослідження має також концепція Tourism Satellite Account (TSA), яка дозволяє оцінити економічний ефект туристичної діяльності.

Отже, сформовані теоретичні та методологічні засади створюють належне наукове підґрунтя для подальшого дослідження передумов розвитку міжнародного туризму на Кіпрі, аналізу міжнародних туристичних потоків, особливостей міжкультурної комунікації та оцінювання економічного ефекту туристичної діяльності в цій державі.

Розділ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА КІПРІ

2.1. Передумови формування міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру

Формування міжнародної туристичної спеціалізації Республіки Кіпр є результатом тривалого поєднання сприятливих природних умов, вигідного географічного положення, значного історико-культурного потенціалу та високого рівня транспортної доступності. Упродовж другої половини ХХ – початку ХХІ століття країна змогла трансформувати наявні природні та суспільні ресурси у потужний туристичний комплекс, який сьогодні є одним із ключових секторів національної економіки. Туризм забезпечує вагомую частку валового внутрішнього продукту держави, формує значні валютні надходження та виступає важливим чинником міжнародної інтеграції країни.

Кіпр розташований у східній частині Середземного моря на перетині Європи, Азії та Африки. Географічні координати острова становлять приблизно 35° північної широти та 33° східної довготи. Територія острова займає 9251 км², що робить його третім за площею островом Середземноморського басейну після Сицилії та Сардинії.

Вигідне географічне положення Кіпру є одним із ключових чинників розвитку міжнародного туризму. Відстань до узбережжя Туреччини становить близько 70 км, до Сирії – близько 100 км, до Лівану – 180 км, до Ізраїлю – 270 км, а до Греції – близько 800 км. Таке положення забезпечує острову роль своєрідного мосту між Європою та Близьким Сходом.

Особливістю географічного розташування Кіпру є його приналежність до Середземноморського туристичного субрегіону Європи відповідно до класифікації UN Tourism. Саме Середземноморський регіон традиційно належить до найбільш відвідуваних туристичних районів світу, концентруючи значну частку міжнародних туристичних потоків.

Сприятливе положення в зоні впливу європейського туристичного ринку сприяє формуванню стійких туристичних зв'язків насамперед із Великою

Британією, Німеччиною, Польщею, Францією, Італією, Швецією та іншими країнами Європейського Союзу. Водночас близькість до країн Близького Сходу дозволяє залучати туристів із Ізраїлю, Об'єднаних Арабських Еміратів, Саудівської Аравії та інших держав регіону.

Важливим фактором є також членство Кіпру в Європейському Союзі з 2004 року. Інтеграція до європейського економічного простору значною мірою посилила туристичну привабливість держави, забезпечила спрощення пересування туристів та активізувала міжнародні інвестиції в туристичну інфраструктуру.

Визначальну роль у формуванні міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру відіграють його природно-рекреаційні ресурси. Острів характеризується винятково сприятливими кліматичними умовами, які забезпечують можливість розвитку туризму практично протягом усього року.

Клімат Кіпру належить до середземноморського типу. Він характеризується тривалим сухим літом та м'якою вологою зимою. Середня температура повітря в липні та серпні становить $+29...+32^{\circ}\text{C}$ на узбережжі та може перевищувати $+35^{\circ}\text{C}$ у внутрішніх районах. Взимку температура рідко опускається нижче $+15^{\circ}\text{C}$.

Особливо важливим для розвитку туризму є значна тривалість сонячного сяйва. За рік на Кіпрі фіксується понад 330 сонячних днів, що є одним із найвищих показників у Європі. Завдяки цьому туристичний сезон триває фактично з квітня до листопада, а в окремих сегментах туристичного ринку – цілий рік.

Важливим природним ресурсом є морське узбережжя. Загальна довжина берегової лінії перевищує 780 км. Узбережжя характеризується значною різноманітністю природних ландшафтів – від широких піщаних пляжів Айя-Напи та Протараса до мальовничих скелястих берегів Пафосу та півострова Акамас.



Рисунок 2.1. Основні природно-рекреаційні ресурси Кіпру

Особливу туристичну цінність мають пляжі Кіпру, значна частина яких відзначена міжнародним екологічним сертифікатом «Блакитний прапор». За кількістю таких пляжів на одиницю площі країна належить до лідерів Європи.

Водні ресурси також відіграють важливу роль у розвитку рекреації. Температура морської води навіть у зимовий період рідко опускається нижче $+17^{\circ}\text{C}$, а в літній сезон досягає $+27...+29^{\circ}\text{C}$. Це створює сприятливі умови для розвитку пляжного туризму, дайвінгу, яхтингу, віндсерфінгу та інших видів водного відпочинку.

Значним рекреаційним потенціалом характеризуються гірські райони острова. Центральну частину Кіпру займає гірський масив Троодос із найвищою вершиною країни – горою Олімбос (1952 м). У горах сформувалися сприятливі умови для розвитку екологічного туризму, активного відпочинку, велосипедного туризму та гірського трекінгу.

Особливе значення мають природоохоронні території. Серед них виділяються Національний парк Акамас, лісові резервати Троодосу та численні природні пам'ятки узбережжя. Ці об'єкти забезпечують розвиток природничо-пізнавального туризму та відповідають сучасним тенденціям екологізації туристичної діяльності.

Однією з найважливіших передумов формування міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру виступає його унікальна історико-культурна спадщина. Географічне положення на перетині торговельних шляхів між Європою, Азією та Африкою сприяло формуванню багаточислової культурної спадщини, яка охоплює різні історичні епохи та цивілізації.

Історія заселення острова налічує понад десять тисяч років. Протягом різних періодів Кіпр перебував під впливом давньогрецької, римської, візантійської, франкської, венеціанської, османської та британської культур. Це сформувало унікальний культурний ландшафт, який сьогодні є одним із головних туристичних ресурсів країни.



Рисунок 2.2 Історико-культурна спадщина як чинник туристичної привабливості Кіпру

Особливу цінність становлять археологічні пам'ятки античної доби. Найвідомішими серед них є археологічний парк Пафоса, стародавнє місто Куріон, руїни Саламіну, Аматуса та Солі. Ці об'єкти щороку відвідують сотні тисяч туристів.

Важливу роль у туристичному освоєнні території відіграє Пафос, який згідно з давньогрецькою міфологією вважається місцем народження богині Афродіти. Скеля Афродіти (Petra tou Romiou) належить до найвідоміших туристичних символів країни та входить до більшості міжнародних туристичних маршрутів.

Виняткове значення мають об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО. До них належать археологічні пам'ятки Пафоса, розписані церкви гірського регіону Троодос та неолітичне поселення Хойрокітія. Наявність об'єктів ЮНЕСКО суттєво підвищує міжнародну туристичну привабливість держави.

Значний інтерес для туристів становлять релігійні пам'ятки. Кіпр є одним із важливих центрів православної культури Східного Середземномор'я. Монастир Кіккос, монастир Ставровуні, собор Святого Іоанна в Нікосії та десятки середньовічних храмів формують основу паломницького та релігійного туризму.

Культурний потенціал острова посилюється завдяки численним фестивалям, концертам, театральним заходам та гастрономічним традиціям. Серед найбільш відомих подій виділяються Фестиваль вина в Лімасолі, Оперний фестиваль у Пафосі та численні культурні заходи літнього туристичного сезону.

Важливим чинником є також збереження традиційного сільського середовища. Автентичні гірські села Троодосу стали основою розвитку сільського туризму, який останніми роками набуває все більшого поширення.

Однією з ключових передумов успішної міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру є високий рівень транспортної доступності та розвиненість логістичної інфраструктури.

Оскільки Кіпр є островом, головну роль у міжнародних туристичних перевезеннях відіграє авіаційний транспорт. Основними міжнародними аеропортами країни є аеропорти Ларнаки та Пафоса.

Аеропорт Ларнаки є найбільшим транспортним вузлом держави та обслуговує більшість міжнародних рейсів. Його пропускна спроможність перевищує 8 млн пасажирів на рік. Аеропорт Пафоса спеціалізується переважно на туристичних чартерних перевезеннях і забезпечує доступ до західної частини острова.

Мережа авіасполучень охоплює практично всі основні туристичні ринки Європи. Регулярні та чартерні рейси з'єднують Кіпр із Лондоном, Манчестером, Франкфуртом, Берліном, Варшавою, Парижем, Римом, Афінами, Стокгольмом та багатьма іншими містами.

Важливою перевагою є відносно короткий час перельоту з більшості європейських країн. З Великої Британії він становить близько 4–5 годин, з Центральної Європи – 3–4 години, з країн Близького Сходу – менше 2 годин.

Суттєве значення для розвитку туризму має сучасна автомобільна інфраструктура. Загальна протяжність автомобільних доріг перевищує 13 тис. км. Основні туристичні центри з'єднані мережею швидкісних автомагістралей, що забезпечує комфортне пересування туристів територією острова.

Окремим напрямом розвитку виступає морський транспорт. Порти Лімасола та Ларнаки забезпечують обслуговування круїзних суден, яхтового туризму та вантажних перевезень. Особливо швидко розвивається сектор круїзного туризму, який дозволяє інтегрувати Кіпр у міжнародні маршрути Східного Середземномор'я.

В останні роки важливою складовою транспортної конкурентоспроможності країни стала цифровізація логістичних послуг. Онлайн-бронювання авіаквитків, інтегровані транспортні сервіси, цифрові туристичні платформи та мобільні додатки забезпечують високий рівень доступності туристичних ресурсів та підвищують комфорт перебування туристів.

Отже, міжнародна туристична спеціалізація Кіпру сформувалася під впливом комплексу взаємопов'язаних чинників. Вигідне географічне положення на перетині міжнародних транспортних і культурних маршрутів, сприятливі природно-кліматичні умови, значний рекреаційний потенціал, унікальна історико-культурна спадщина та розвинена транспортно-логістична інфраструктура створили передумови для перетворення країни на одну з провідних туристичних destinations Середземноморського регіону. Саме поєднання цих факторів забезпечує стабільне функціонування туристичної галузі та визначає місце Кіпру у системі міжнародного туризму.

2.2. Туристична інфраструктура Кіпру як основа розвитку міжнародного туризму

Сучасний розвиток міжнародного туризму значною мірою залежить від рівня розвитку туристичної інфраструктури, яка забезпечує можливість прийому, обслуговування та комфортного перебування туристів у межах певної destinations. Для Республіки Кіпр туристична інфраструктура є одним із ключових чинників конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку. Завдяки тривалому розвитку туристичної галузі країна сформувала потужний комплекс засобів розміщення, сучасну транспортну систему, розгалужену мережу туристичних послуг та активно впроваджує цифрові технології в управління туристичними потоками.

Особливість туристичної інфраструктури Кіпру полягає у її орієнтації на міжнародного туриста. Протягом останніх десятиліть державна політика у сфері туризму була спрямована на модернізацію інфраструктурних об'єктів, підвищення якості обслуговування та диверсифікацію туристичного продукту. У результаті країна перетворилася на одну з провідних туристичних destinations Східного Середземномор'я.

Система засобів розміщення виступає основою туристичної інфраструктури Кіпру. Саме вона забезпечує можливість прийому мільйонів туристів, які щороку відвідують країну. Готельний сектор є одним із найбільш розвинених сегментів національної туристичної індустрії.

Розвиток готельного господарства розпочався ще в 1960–1970-х роках, коли туристична сфера стала одним із пріоритетних напрямів економічної політики держави. Особливо інтенсивно готельна мережа розвивалася в Лімасолі, Пафосі, Ларнаці, Айя-Напі та Протарасі.

На сучасному етапі структура засобів розміщення характеризується високим рівнем різноманітності. Окрім традиційних готелів, функціонують апарт-готелі, туристичні села, вілли, бутик-готелі, комплекси короткотермінової оренди житла та агротуристичні садиби.

Таблиця 2.1

Основні категорії засобів розміщення на Кіпрі

Тип засобу розміщення	Основні характеристики	Основні райони поширення
Готелі 5*	Повний комплекс туристичних послуг, SPA, конференц-сервіс	Лімасол, Пафос, Айя-Напа
Готелі 4*	Сімейний та курортний відпочинок	Ларнака, Протарас, Пафос
Готелі 3*	Масовий туризм середнього цінового сегменту	Усі туристичні центри
Апарт-готелі	Тривале проживання туристів	Ларнака, Айя-Напа
Туристичні вілли	Індивідуальний відпочинок	Пафос, Протарас
Бутик-готелі	Культурно-пізнавальний туризм	Нікосія, Пафос
Агротуристичні садиби	Сільський та екологічний туризм	Гірські райони Троодосу

Характерною особливістю кіпрського готельного сектору є висока концентрація засобів розміщення на узбережжі. Найбільша кількість номерного фонду розташована в Лімасолі, Пафосі та Айя-Напі, які формують головні туристичні центри країни.

Останніми роками спостерігається тенденція до модернізації готельної бази. Значна частина об'єктів проходить реконструкцію відповідно до сучасних вимог екологічної ефективності, цифровізації та сталого розвитку. Все більшого поширення набувають концепції «розумного готелю», енергоощадних технологій та безконтактного сервісу.

Важливою тенденцією є розвиток альтернативних форм розміщення. Популярності набувають платформи короткострокової оренди житла, що дозволяє туристам обирати індивідуалізовані форми проживання та сприяє розвитку малого підприємництва.

Транспортна інфраструктура є другим ключовим елементом туристичної системи Кіпру. Саме доступність дестинації значною мірою визначає її конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Через острівний характер держави основне значення мають авіаційні перевезення. Понад 90 % міжнародних туристів прибувають на Кіпр повітряним транспортом. Головними авіаційними воротами країни виступають міжнародні аеропорти Ларнаки та Пафоса.

Аеропорт Ларнаки є найбільшим пасажирським хабом країни та забезпечує сполучення із більшістю європейських туристичних ринків. Аеропорт Пафоса відіграє важливу роль у розвитку туристичних потоків до західної частини острова.

Важливою перевагою Кіпру є значна кількість прямих авіарейсів до провідних міст Європи. Регулярне сполучення підтримується з Лондоном, Манчестером, Парижем, Берліном, Варшавою, Афінами, Римом, Віднем, Прагою та іншими містами.

Внутрішня транспортна система представлена мережею автомобільних доріг високої якості. Основні туристичні центри з'єднані сучасними автомагістралями, що забезпечують швидке переміщення між регіонами.

Особливістю транспортної системи Кіпру є домінування автомобільного транспорту. Значна частина туристів користується орендованими автомобілями, що пов'язано із зручністю пересування та високою якістю дорожньої мережі.

Окремого значення набуває розвиток морського транспорту. Порти Лімасола та Ларнаки обслуговують круїзні лайнери, яхти та пасажирські судна міжнародного сполучення. Особливо швидкими темпами розвивається яхтовий туризм, який є одним із перспективних напрямів диверсифікації туристичного продукту країни.

Важливою складовою туристичної інфраструктури виступає система туристичних послуг, яка забезпечує формування комплексного туристичного продукту.

Сучасний туристичний ринок Кіпру характеризується високим рівнем сервісу та значною різноманітністю послуг. Туристам пропонуються послуги туроператорів, екскурсійних бюро, транспортних компаній, центрів активного відпочинку, SPA-комплексів, спортивних центрів та закладів громадського харчування.

Особливістю туристичного обслуговування на Кіпрі є його багатомовність. У туристичній сфері широко використовуються англійська, грецька, російська, німецька та інші європейські мови, що значно спрощує комунікацію з туристами.

Провідне місце займають культурно-пізнавальні екскурсії. Найбільш популярними є маршрути до Пафоса, монастирів Троодосу, археологічних пам'яток Куріону, Саламіну та Нікосії.

Поряд із традиційними послугами активно розвиваються спеціалізовані види туризму:

- діловий туризм;
- спортивний туризм;
- гастрономічний туризм;
- медичний туризм;
- весільний туризм;
- круїзний туризм;
- екологічний туризм.

Особливо швидкими темпами розвивається MICE-туризм (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), що пов'язано із зростанням ролі Кіпру як міжнародного ділового центру Східного Середземномор'я.

Таблиця 2.2

Основні види туристичних послуг на Кіпрі

Вид послуг	Основні характеристики
Екскурсійні послуги	Культурно-пізнавальні маршрути
Готельні послуги	Розміщення та супутній сервіс
Ресторанні послуги	Національна та міжнародна кухня
Транспортні послуги	Авіаційні, автомобільні, морські перевезення
SPA та велнес	Оздоровчі та релаксаційні програми
Спортивні послуги	Дайвінг, яхтинг, велотуризм
Діловий туризм	Конференції, виставки, бізнес-форуми

Важливою особливістю є висока орієнтація туристичного сектору на міжнародні стандарти якості обслуговування. Це сприяє формуванню позитивного іміджу Кіпру та підвищує рівень повторних візитів туристів.

Однією з найважливіших тенденцій розвитку туристичної інфраструктури Кіпру є активна цифровізація галузі. Використання сучасних інформаційних технологій суттєво змінює процеси планування подорожей, бронювання послуг та управління туристичними потоками.

Цифрові технології використовуються практично на всіх етапах туристичного обслуговування. Онлайн-платформи бронювання дозволяють туристам самостійно обирати транспорт, засоби розміщення та екскурсійні програми. Значна частина туристичних підприємств використовує системи електронного управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM).

На державному рівні реалізуються програми цифрової трансформації туристичного сектору. Офіційні туристичні портали забезпечують доступ до

інформації про DESTINATION, туристичні маршрути, культурні події та засоби розміщення.

Особливого значення набуває використання мобільних застосунків. Вони дозволяють туристам отримувати інформацію про об'єкти відвідування, транспортні маршрути, заклади харчування та туристичні послуги в режимі реального часу.

Цифровізація активно впроваджується і в готельному бізнесі. Серед сучасних інструментів використовуються:

- електронна реєстрація гостей;
- цифрові ключі доступу до номерів;
- системи онлайн-комунікації з клієнтами;
- автоматизоване управління енергоспоживанням;
- штучний інтелект для персоналізації послуг.

Важливим напрямом є використання технологій «розумної DESTINATION» (Smart Destination), які поєднують цифрові сервіси, транспортну інфраструктуру та туристичні ресурси в єдину інформаційну систему.

Таким чином, туристична інфраструктура Кіпру характеризується високим рівнем розвитку та виступає однією з ключових передумов успішного функціонування міжнародного туризму. Сучасна система засобів розміщення, ефективна транспортна мережа, широкий спектр туристичних послуг і впровадження цифрових технологій забезпечують високий рівень конкурентоспроможності країни на міжнародному туристичному ринку. Саме розвиток інфраструктурного потенціалу дозволив Кіпру сформувати стійку міжнародну туристичну спеціалізацію та зайняти провідні позиції серед туристичних DESTINATION Середземноморського регіону.

2.3. Просторові особливості туристичних DESTINATION Кіпру

Територіальна організація міжнародного туризму на Кіпрі

характеризується високим рівнем концентрації туристичної діяльності у прибережній зоні острова. Основні туристичні потоки спрямовуються до кількох провідних центрів, які спеціалізуються на різних видах туристичної діяльності та формують своєрідний каркас туристичного освоєння території. Просторовий розподіл туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури визначає формування декількох найбільших туристичних destinations, серед яких особливе місце займають Нікосія, Лімасол, Ларнака, Пафос, Айя-Напа та Протарас.

Нікосія

Нікосія є столицею Республіки Кіпр та найбільшим містом країни. На відміну від більшості туристичних центрів острова, вона не має виходу до моря та не спеціалізується на пляжному відпочинку. Основу туристичної привабливості міста формують історико-культурні ресурси, адміністративні функції та діловий туризм.



Рисунок 2.3. Нікосія

Серед основних туристичних атракцій Нікосії виділяються Венеціанські мури XVI століття, історичний центр міста, Архієпископський палац, музей Кіпру та вулиця Ледра. Особливістю Нікосії є її поділ на грецьку та турецьку

частини, що надає місту унікального геополітичного значення. Значна частина туристів відвідує столицю в рамках екскурсійних маршрутів або ділових поїздок.

Лімасол

Лімасол є другим за чисельністю населення містом Кіпру та одним із головних центрів міжнародного туризму. Він виконує функції найбільшого морського порту держави та одночасно виступає провідним курортним і діловим центром острова.



Рисунок 2.4. Лімасол

Туристична спеціалізація Лімасола є найбільш диверсифікованою серед усіх туристичних центрів країни. Тут поєднуються пляжний, круїзний, культурно-пізнавальний та діловий туризм. Значна кількість міжнародних конференцій, виставок та бізнес-форумів сприяє розвитку MICE-туризму. Додаткову туристичну привабливість забезпечують середньовічний замок Лімасола, замок Колоссі та сучасна марина.

Ларнака

Ларнака виступає одним із головних транспортних вузлів туристичної системи Кіпру. Саме тут розташований найбільший міжнародний аеропорт країни, через який проходить значна частина міжнародних туристичних потоків.



Рисунок 2.5. Ларнака

Місто характеризується поєднанням курортних і культурно-пізнавальних функцій. Основними туристичними об'єктами є набережна Фінікудес, церква Святого Лазаря, середньовічна фортеця та солоне озеро Ларнаки, яке в зимовий період стає місцем концентрації фламінго. Завдяки розвиненій транспортній інфраструктурі Ларнака часто виступає початковим пунктом туристичних маршрутів територією острова.

Пафос

Пафос належить до найважливіших історико-культурних туристичних центрів Кіпру. Саме це місто є одним із найдавніших осередків цивілізаційного розвитку острова та концентрує найбільшу кількість об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО.

Пафос відомий як легендарне місце народження богині Афродіти. Основними туристичними атракціями виступають археологічний парк Пафоса, Царські гробниці, середньовічна фортеця та скеля Афродіти. Водночас місто активно розвиває курортний напрям діяльності та має одну з найбільш розвинених готельних баз країни.



Рисунок 2.6. Пафос

Айя-Напа

Айя-Напа є найбільш відомим курортом пляжного відпочинку на Кіпрі та одним із провідних центрів молодіжного туризму Середземноморського регіону.

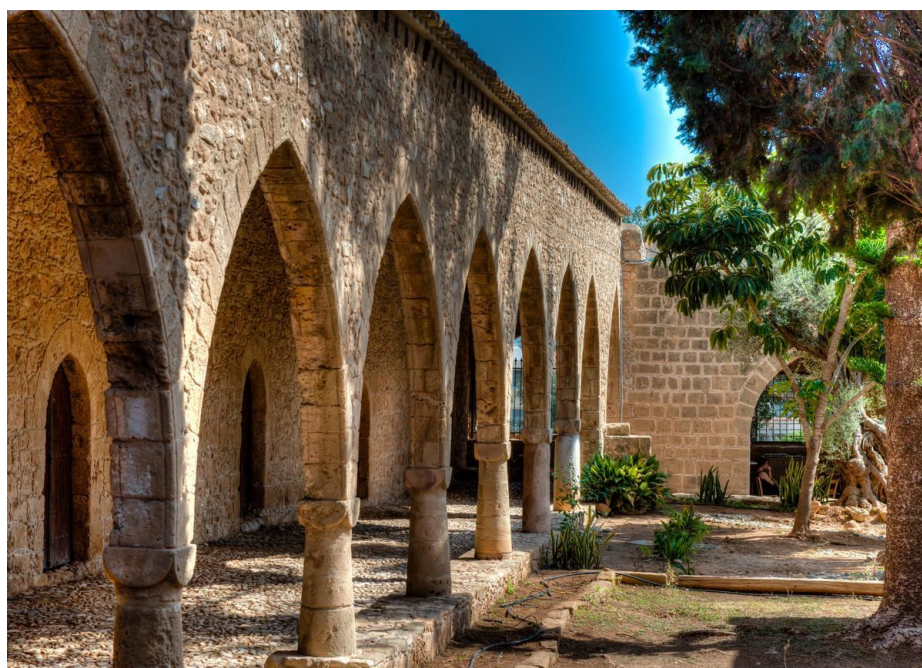


Рисунок 2.7. Айя-Напа

Саме ці території забезпечують основну частину міжнародних туристичних прибуттів та туристичних доходів держави. Водночас Нікосія та внутрішні райони Троодосу виконують переважно культурно-пізнавальні, ділові та екотуристичні функції.

У результаті на Кіпрі сформувалася поліцентрична модель туристичного освоєння території, де кожна DESTИНАЦІЯ має власну спеціалізацію та виконує окремі функції у структурі міжнародного туризму. Така модель забезпечує диверсифікацію туристичного продукту країни та сприяє рівномірнішому використанню туристичних ресурсів острова.

Висновки до розділу 2

У другому розділі досліджено передумови формування міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру, особливості розвитку його туристичної інфраструктури та просторову організацію основних туристичних DESTИНАЦІЙ. Встановлено, що сучасне місце Кіпру на міжнародному туристичному ринку сформувалося під впливом поєднання сприятливих природних, суспільно-географічних, історико-культурних та інфраструктурних чинників.

З'ясовано, що вигідне географічне положення острова на перетині транспортних і культурних шляхів між Європою, Азією та Африкою сприяло його інтеграції до міжнародного туристичного простору та формуванню стійких зв'язків із провідними туристичними ринками Європи й Близького Сходу. Важливою передумовою туристичного розвитку стали сприятливі кліматичні умови, значна тривалість сонячного сяйва, високоякісні пляжні ресурси, різноманітні природні ландшафти та значний потенціал для розвитку різних видів рекреаційної діяльності.

Встановлено, що історико-культурна спадщина Кіпру є одним із ключових чинників його міжнародної туристичної привабливості. Багатовікова історія

острова, поєднання античних, візантійських, середньовічних та сучасних культурних пам'яток, а також наявність об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО формують основу культурно-пізнавального та паломницького туризму.

Дослідження туристичної інфраструктури показало, що Кіпр володіє розвиненою системою засобів розміщення, сучасною транспортною мережею та широким спектром туристичних послуг. Важливою конкурентною перевагою країни виступає високий рівень цифровізації туристичної сфери, що забезпечує ефективне управління туристичними потоками та підвищує якість обслуговування відвідувачів.

Просторовий аналіз туристичних дестинацій дозволив виявити поліцентричний характер туристичного освоєння території острова. Нікосія виконує переважно адміністративно-ділові та культурно-пізнавальні функції, Лімасол поєднує курортну, портову та бізнесову спеціалізацію, Ларнака виступає головним транспортним вузлом, Пафос концентрує історико-культурні ресурси міжнародного значення, тоді як Айя-Напа і Протарас є провідними центрами пляжного та рекреаційного туризму.

Загалом встановлено, що міжнародна туристична спеціалізація Кіпру базується на ефективному використанні природно-рекреаційного потенціалу, історико-культурної спадщини та сучасної інфраструктури, а територіальна концентрація туристичних потоків має чітко виражений приморський характер. Саме ці особливості визначають конкурентні переваги країни на туристичному ринку Середземноморського регіону та створюють передумови для подальшого розвитку міжнародного туризму.

Розділ 3.

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У РОЗВИТКУ КІПРУ: МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ

3.1. Аналіз міжнародних туристичних потоків Кіпру з а методологією UN Tourism

Міжнародний туризм виступає однією з ключових галузей економіки Республіки Кіпр та визначає її місце у системі міжнародного поділу праці. Відповідно до методології UN Tourism аналіз міжнародних туристичних потоків передбачає дослідження кількості міжнародних туристичних прибуттів, туристичних доходів, структури туристичних ринків, сезонності, середньої тривалості перебування туристів та економічного ефекту туристичної діяльності. Саме ці показники дозволяють оцінити роль туризму у розвитку країни та визначити особливості функціонування туристичної системи Кіпру.

Кіпр належить до групи держав, економіка яких значною мірою залежить від міжнародного туризму. Завдяки вигідному географічному положенню, сприятливим кліматичним умовам та високому рівню розвитку туристичної інфраструктури країна посідає важливе місце серед туристичних дестинацій Середземноморського туристичного субрегіону. Особливої ваги туризм набув після вступу країни до Європейського Союзу у 2004 році, що сприяло активізації міжнародних туристичних потоків та залученню інвестицій у туристичний сектор.

Протягом останніх двох десятиліть міжнародний туризм Кіпру пройшов кілька етапів розвитку. На початку XXI століття кількість міжнародних туристичних прибуттів коливалася в межах 2,5–2,7 млн осіб на рік. Поступове розширення авіасполучень та інтеграція до європейського економічного простору сприяли стабільному зростанню туристичних потоків.

Особливо динамічним став період 2013–2019 рр., коли Кіпр демонстрував одні з найвищих темпів приросту туристичних прибуттів у Середземноморському регіоні. У 2019 році країну відвідало понад 3,9 млн

міжнародних туристів, що стало найвищим показником за всю історію незалежного Кіпру.

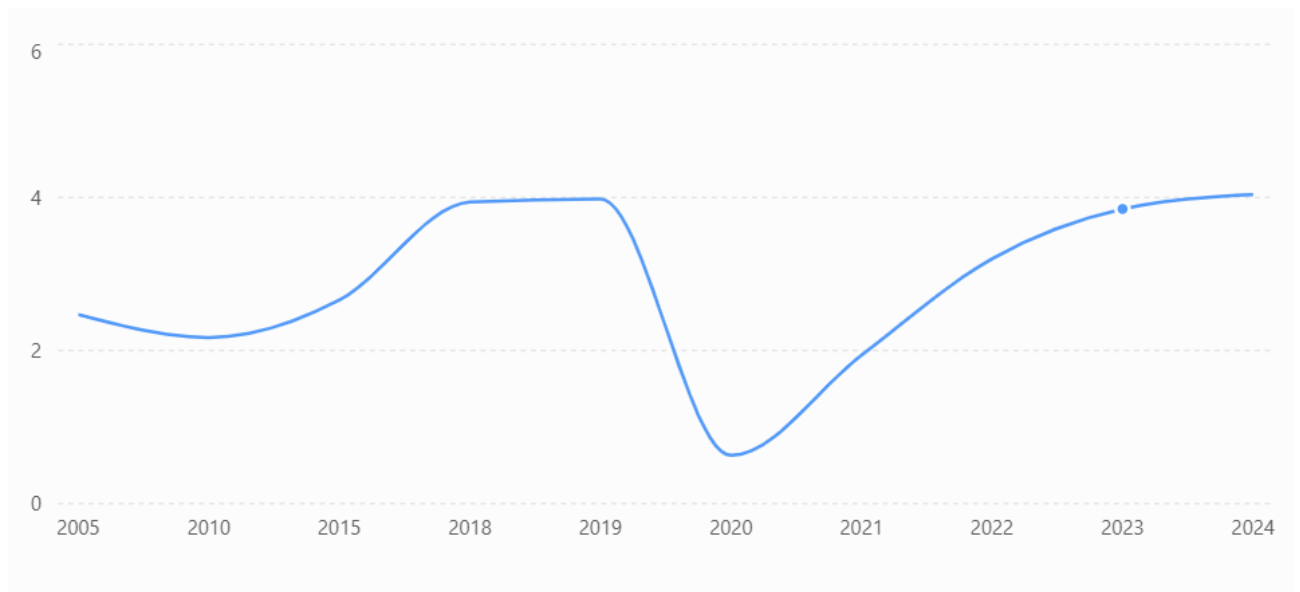


Рисунок 3.1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів до Кіпру

Найбільший негативний вплив на туристичну сферу країни справила пандемія COVID-19. У 2020 році кількість міжнародних прибуттів скоротилася майже на 85 %. Проте вже у 2022–2024 рр. туристичний сектор продемонстрував швидке відновлення, повернувшись до допандемічних показників.

Однією з характерних особливостей міжнародного туризму Кіпру є висока залежність від європейського туристичного ринку. Понад 80 % усіх міжнародних туристів прибувають із країн Європи.

Традиційно найбільшим ринком залишається Велика Британія. Історичні зв'язки між двома країнами, поширення англійської мови та розвинене авіасполучення забезпечують стабільно високі показники туристичних прибуттів.

Важливими ринками також виступають Польща, Ізраїль, Німеччина, Греція, Швеція та Франція. Після 2022 року особливо швидкими темпами зростає роль туристів із країн Центральної Європи.

Таблиця 3.1

Основні країни походження туристів на Кіпр (2024 р.)

Країна	Частка туристів, %
Велика Британія	34
Польща	8
Ізраїль	10
Німеччина	6
Греція	5
Швеція	4
Франція	3
Інші країни	30



Рисунок 3.2. Географічна структура міжнародних туристичних потоків

Переважаання європейських туристів визначає специфіку туристичного продукту Кіпру та впливає на особливості міжкультурної комунікації у туристичній сфері.

Відповідно до підходів UN Tourism сезонність є одним із ключових показників функціонування туристичних систем. Для Кіпру характерна виражена літня концентрація туристичних потоків.

Пік туристичної активності припадає на період із травня по жовтень. Найбільша кількість туристів фіксується у липні та серпні. У цей час країна приймає майже третину річного туристичного потоку.

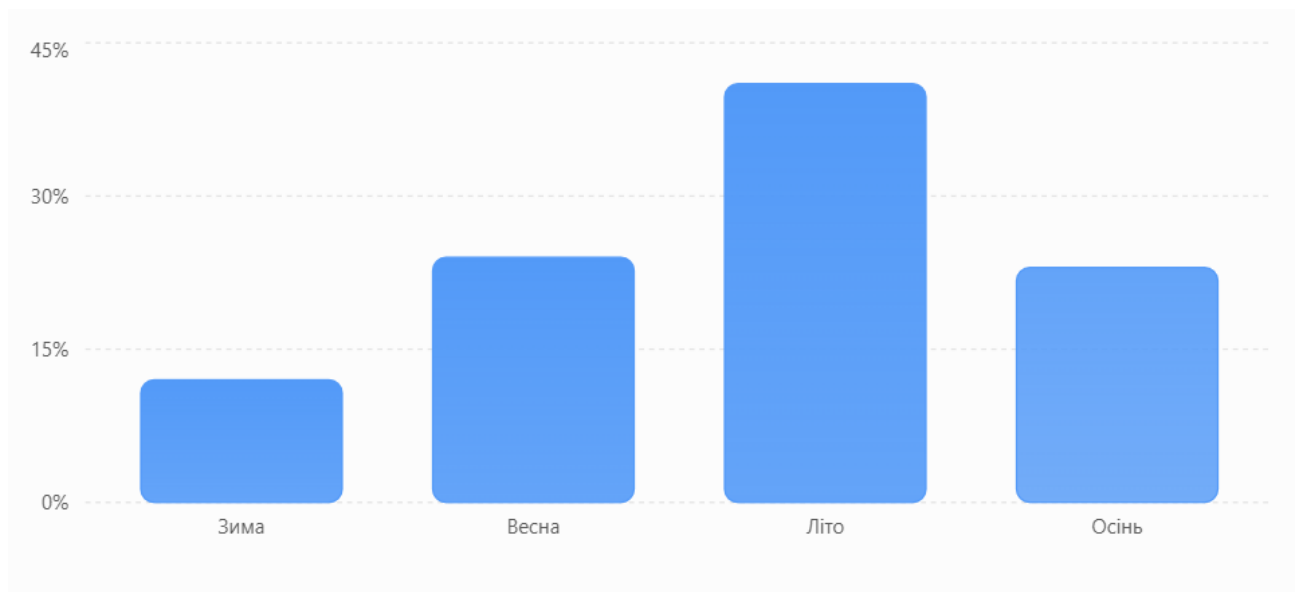


Рисунок 3.3. Сезонність міжнародного туризму на Кіпрі

Висока сезонність є однією з головних проблем туристичного розвитку країни, оскільки призводить до нерівномірного використання туристичної інфраструктури та значних коливань зайнятості населення.

Територіальна структура міжнародного туризму Кіпру характеризується високою концентрацією туристичних потоків у прибережних районах острова.

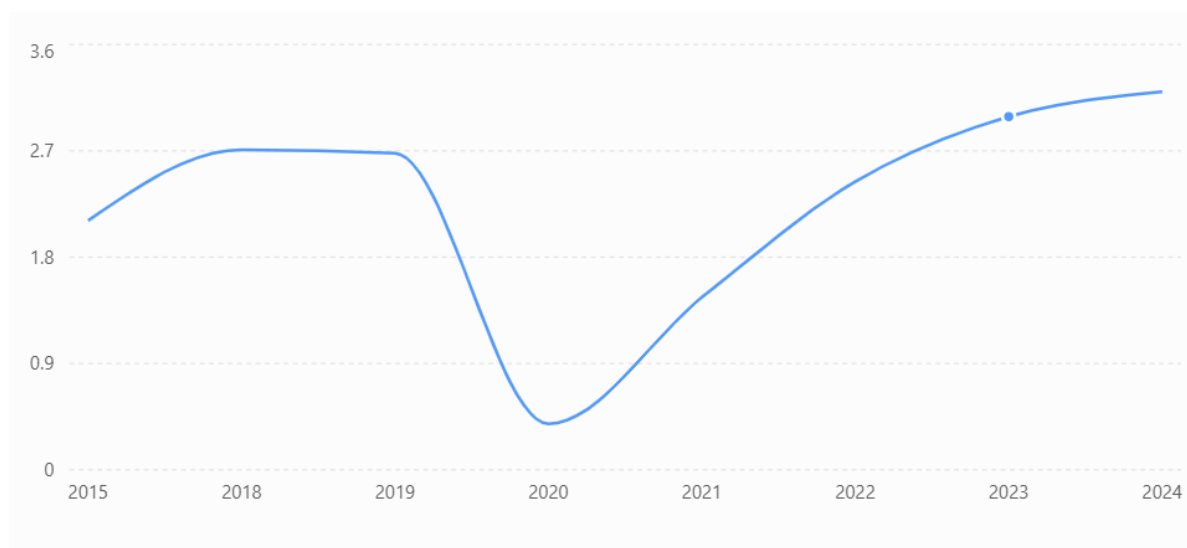
Найбільші обсяги туристичних прибуттів концентруються в регіонах Пафоса, Лімасола, Айя-Напи та Протараса. Саме тут розташована більшість засобів розміщення, туристичних підприємств та об'єктів рекреаційної інфраструктури.

Таблиця 3.2

Територіальна концентрація туристичних потоків

Дестинація	Частка туристичних ночівель, %
Пафос	28
Айя-Напа	24
Лімасол	19
Протарас	15
Ларнака	9
Нікосія	5

Таким чином, туристична система Кіпру має чітко виражений приморський характер, а внутрішні райони острова залучені до туристичної діяльності значно меншою мірою.

**Рисунок 3.4. Доходи від міжнародного туризму**

Відповідно до методології UN Tourism одним із найважливіших показників виступають доходи від міжнародного туризму. Для Кіпру вони мають

стратегічне значення, оскільки забезпечують значні валютні надходження та позитивно впливають на платіжний баланс держави.

Зростання туристичних доходів після пандемії свідчить не лише про відновлення кількості туристів, але й про збільшення середніх витрат одного відвідувача.

У структурі міжнародного туризму Середземноморського регіону Кіпр поступається таким країнам, як Іспанія, Італія, Туреччина та Греція. Водночас серед островних туристичних дестинацій він належить до найбільш успішних прикладів туристичної спеціалізації.

Основними конкурентними перевагами Кіпру є:

- високий рівень безпеки;
- членство в ЄС;
- сприятливий клімат;
- якісна туристична інфраструктура;
- розвинене авіасполучення;
- поєднання пляжного, культурного та ділового туризму.

Отже, аналіз міжнародних туристичних потоків Кіпру за методологією UN Tourism засвідчує, що країна сформувала високоефективну модель туристичного розвитку, засновану на залученні міжнародних туристів переважно з європейських країн. Туристичні потоки характеризуються стійкою позитивною динамікою, значною просторовою концентрацією в прибережних районах та високою економічною ефективністю. Саме міжнародний туризм виступає одним із ключових чинників економічного розвитку держави та формування її міжнародної конкурентоспроможності.

3.2. Міжкультурна комунікація як чинник конкурентоспроможності туристичної індустрії Кіпру

Міжкультурна комунікація є одним із важливих чинників конкурентоспроможності туристичної індустрії Кіпру, оскільки країна щороку

приймає значні туристичні потоки з різних держав Європи, Близького Сходу та інших регіонів світу. Для острівної туристичної дестинації, яка значною мірою залежить від міжнародного туризму, здатність забезпечити комфортне, зрозуміле та культурно чутливе обслуговування туристів має не менше значення, ніж природно-рекреаційні ресурси, якість готельної бази чи транспортна доступність.

Кіпр є багатокультурним туристичним простором, у межах якого взаємодіють місцеве населення, іноземні туристи, працівники сфери обслуговування, представники туристичного бізнесу та міжнародні інвестори. Така взаємодія формує особливе комунікативне середовище, де туристична послуга сприймається не лише як набір матеріальних елементів, а як комплексний досвід перебування в іншій культурі. Тому рівень міжкультурної компетентності персоналу, толерантність, мовна адаптація та здатність враховувати очікування туристів із різних країн безпосередньо впливають на якість туристичного продукту.

Культурне різноманіття туристів є однією з характерних рис міжнародного туризму Кіпру. Найбільші туристичні потоки традиційно формуються з Великої Британії, Польщі, Ізраїлю, Німеччини, Греції, Скандинавських країн, Франції та інших держав. Кожна з цих груп має власні культурні особливості, мовні потреби, споживчі очікування та моделі туристичної поведінки. Британські туристи, наприклад, часто орієнтовані на пляжний, сімейний і тривалий курортний відпочинок; туристи з Ізраїлю активно використовують короткотермінові поїздки та відпочинок вихідного дня; туристи з Польщі й країн Центральної Європи демонструють зростаючий інтерес до комбінованого відпочинку, що поєднує море, екскурсії та активну рекреацію.

Саме культурне різноманіття туристів зумовлює необхідність адаптації туристичних послуг до різних моделей споживання. Для одних груп важливими є комфорт і передбачуваність сервісу, для інших — емоційність відпочинку, активні розваги, автентичність місцевої культури або гастрономічний досвід. Відповідно, туристична індустрія Кіпру повинна враховувати не лише

платоспроможність туристів, а й їхні культурні звички, релігійні особливості, стилі комунікації та очікування щодо гостинності.

Мовна адаптація туристичних послуг виступає одним із ключових практичних проявів міжкультурної комунікації. На Кіпрі важливою конкурентною перевагою є широке використання англійської мови, що пояснюється історичними зв'язками з Великою Британією та тривалим перебуванням острова у британській сфері впливу. Англійська мова фактично виконує роль основного засобу міжнародної туристичної комунікації, особливо у готелях, ресторанах, туристичних агентствах, транспортних службах та інформаційних центрах.

Водночас сучасний туристичний ринок Кіпру потребує багатомовного обслуговування. У туристичних центрах активно використовуються грецька, англійська, німецька, французька, польська, іврит та інші мови. Багатомовні меню, інформаційні стенди, туристичні карти, електронні сервіси та екскурсійні програми суттєво полегшують перебування іноземних туристів і знижують ризик комунікативних бар'єрів.

Мовна доступність є важливою не лише для інформування туристів, а й для формування відчуття безпеки. Турист, який розуміє правила користування транспортом, умови проживання, медичні рекомендації, екскурсійну інформацію та правила поведінки в публічному просторі, відчуває впевненіше. Це особливо важливо для сімейного туризму, туристів старшого віку та відвідувачів, які вперше перебувають у країні.

Особливості обслуговування туристів із різних регіонів світу проявляються у потребі диференційованого підходу до організації сервісу. Туристи з країн Західної Європи зазвичай очікують високого рівня стандартизації, пунктуальності, чіткої організації послуг і прозорості цінової політики. Для них важливими є якість готельного сервісу, екологічні стандарти, безпека, комфортна транспортна доступність та можливість самостійного планування подорожі.

Туристи з країн Центральної та Східної Європи часто поєднують пляжний відпочинок із культурно-пізнавальними маршрутами. Для цієї групи важливими є цінова доступність, різноманітність екскурсійних програм, можливість відвідати історичні пам'ятки, монастирі, археологічні комплекси та природні об'єкти. Відповідно, туристичні компанії Кіпру мають формувати продукти, які поєднують рекреаційну та пізнавальну складові.

Туристи з Близького Сходу, зокрема з Ізраїлю та арабських країн, часто обирають Кіпр завдяки географічній близькості, короткому авіаперельоту та можливості короткотермінового відпочинку. Для цієї групи важливими є швидкість сервісу, гнучкість бронювання, якісна ресторанна інфраструктура, високий рівень безпеки та можливість індивідуалізованого відпочинку. У цьому контексті міжкультурна комунікація пов'язана не лише з мовою, а й із розумінням релігійних, харчових і поведінкових норм.

Особливе значення має обслуговування туристів у курортних центрах Айя-Напа, Протарас, Пафос, Лімасол і Ларнака. У цих дестинаціях міжкультурна комунікація має найбільш інтенсивний характер, оскільки саме тут концентрується основна частина міжнародних туристичних потоків. Працівники готелів, ресторанів, екскурсійних бюро, транспортних компаній та розважальних закладів щоденно взаємодіють із представниками різних культур, що потребує не лише професійної підготовки, а й комунікативної гнучкості.

Міжкультурні виклики туристичної сфери Кіпру пов'язані з низкою чинників. По-перше, це мовні бар'єри, які можуть виникати навіть за умов широкого використання англійської мови. Не всі туристи володіють англійською на достатньому рівні, а тому важливим є використання візуальної навігації, піктограм, багатомовних цифрових сервісів та зрозумілої туристичної інформації.

По-друге, міжкультурні виклики пов'язані з відмінностями у поведінкових нормах. Туристи з різних країн можуть по-різному сприймати рівень шуму, стиль спілкування, допустиму дистанцію, темп обслуговування, правила перебування в громадських місцях, ставлення до персоналу та форми вираження емоцій.

Нерозуміння таких відмінностей може спричиняти конфлікти або знижувати якість туристичного досвіду.

По-третє, важливим викликом є стереотипізація туристів. У туристичній практиці іноді формуються узагальнені уявлення про поведінку певних національних груп. Такі стереотипи можуть спрощувати сприйняття туристів і негативно впливати на якість обслуговування. Ефективна міжкультурна комунікація передбачає відмову від упереджених оцінок і перехід до індивідуалізованого сервісу.

По-четверте, актуальним є питання балансування між адаптацією послуг до потреб іноземних туристів і збереженням автентичності місцевої культури. Надмірна комерціалізація туристичного простору може призвести до втрати локальної ідентичності, стандартизації туристичного продукту та перетворення культурної спадщини на декоративний елемент. Для Кіпру, який має багату історико-культурну спадщину, це питання є особливо важливим.

Роль міжкультурної толерантності у формуванні туристичного іміджу держави є надзвичайно вагомою. Туристичний імідж Кіпру формується не лише завдяки морю, пляжам, клімату чи археологічним пам'яткам, а й через досвід спілкування туристів із місцевим населенням і працівниками сфери обслуговування. Доброзичливість, відкритість, повага до культурних відмінностей і готовність допомогти часто стають визначальними чинниками позитивного сприйняття країни.

Міжкультурна толерантність у туризмі означає здатність приймаючої сторони визнавати право туристів на культурну відмінність, не порушуючи при цьому базових норм місцевого суспільства. Вона передбачає взаємну повагу: туристи повинні поважати культуру, традиції та правила країни перебування, а туристична індустрія має створювати комфортні умови для гостей із різним культурним досвідом.

Для Кіпру ця проблема має додатковий вимір, оскільки сама країна характеризується складною історією міжкультурної взаємодії. Грецька, турецька, британська, візантійська, османська та близькосхідна культурні

складові сформували особливий культурний ландшафт острова. Це створює передумови для позиціонування Кіпру як простору культурного перетину, діалогу та історичної багатосторонності.

Важливу роль у формуванні позитивного іміджу відіграє гастрономічна культура. Кіпрська кухня поєднує грецькі, турецькі, близькосхідні та середземноморські впливи, що робить її зрозумілою і привабливою для різних груп туристів. Гастрономічний туризм стає не лише елементом споживання, а й формою міжкультурного пізнання.

Значення міжкультурної комунікації посилюється також у контексті цифровізації туристичної сфери. Онлайн-відгуки, рейтинги готелів, коментарі в соціальних мережах і туристичних платформах швидко поширюють індивідуальний досвід туристів. Негативний комунікативний досвід може впливати на репутацію закладу або дестинації, тоді як позитивна взаємодія сприяє повторним візитам і рекомендаціям.

У сучасних умовах конкурентоспроможність туристичної індустрії визначається не лише матеріальною інфраструктурою, а й якістю нематеріальних складових туристичного продукту. До них належать гостинність, емоційний комфорт, комунікативна відкритість, культурна чутливість і здатність персоналу працювати з різними групами туристів. Саме ці характеристики формують додану вартість туристичного досвіду.

Для підвищення міжкультурної конкурентоспроможності Кіпру доцільним є розвиток системи професійної підготовки працівників туристичної сфери. Вона має включати вивчення іноземних мов, основ міжкультурної комунікації, конфліктології, культурної антропології, етикету обслуговування та специфіки основних туристичних ринків. Особливо важливо, щоб така підготовка була не формальною, а практикоорієнтованою.

Не менш важливим є вдосконалення інформаційної політики. Туристичні портали, мобільні додатки, карти, путівники та інформаційні центри мають надавати туристам зрозумілу, багатомовну та культурно адаптовану інформацію.

Це дозволить зменшити ризик непорозумінь і підвищити якість перебування туристів у країні.

Таким чином, міжкультурна комунікація є важливим чинником конкурентоспроможності туристичної індустрії Кіпру. Вона забезпечує ефективну взаємодію між туристами, місцевим населенням і працівниками сфери обслуговування, сприяє підвищенню якості туристичних послуг, формує позитивний імідж держави та зміцнює позиції країни на міжнародному туристичному ринку. Для Кіпру, який поєднує європейські, середземноморські та близькосхідні культурні впливи, міжкультурна комунікація є не допоміжним, а стратегічним ресурсом розвитку міжнародного туризму.

3.3. Економічний ефект міжнародного туризму та перспективи розвитку туристичної галузі Кіпру

Міжнародний туризм є одним із ключових секторів економіки Республіки Кіпр та виступає важливим чинником формування національного доходу, зайнятості населення, розвитку підприємництва та інтеграції держави у світову економіку. Для острівної країни з обмеженою ресурсною базою туристична діяльність стала одним із головних інструментів забезпечення економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні. У сучасних умовах роль туризму виходить далеко за межі рекреаційної функції, охоплюючи транспорт, торгівлю, будівництво, фінансовий сектор, сферу інформаційних технологій та міжнародні комунікації.

Одним із головних індикаторів економічного значення туристичної галузі виступає її внесок у валовий внутрішній продукт держави. За оцінками World Travel & Tourism Council (WTTC), Кіпр належить до групи європейських країн із найвищим рівнем залежності економіки від міжнародного туризму.

Прямий внесок туристичної діяльності у ВВП формується за рахунок функціонування засобів розміщення, закладів харчування, транспортних підприємств, туристичних агентств та екскурсійних компаній. Водночас значно

більшим є сукупний внесок туризму, який враховує непрямі та індуковані ефекти, що виникають у суміжних галузях економіки.

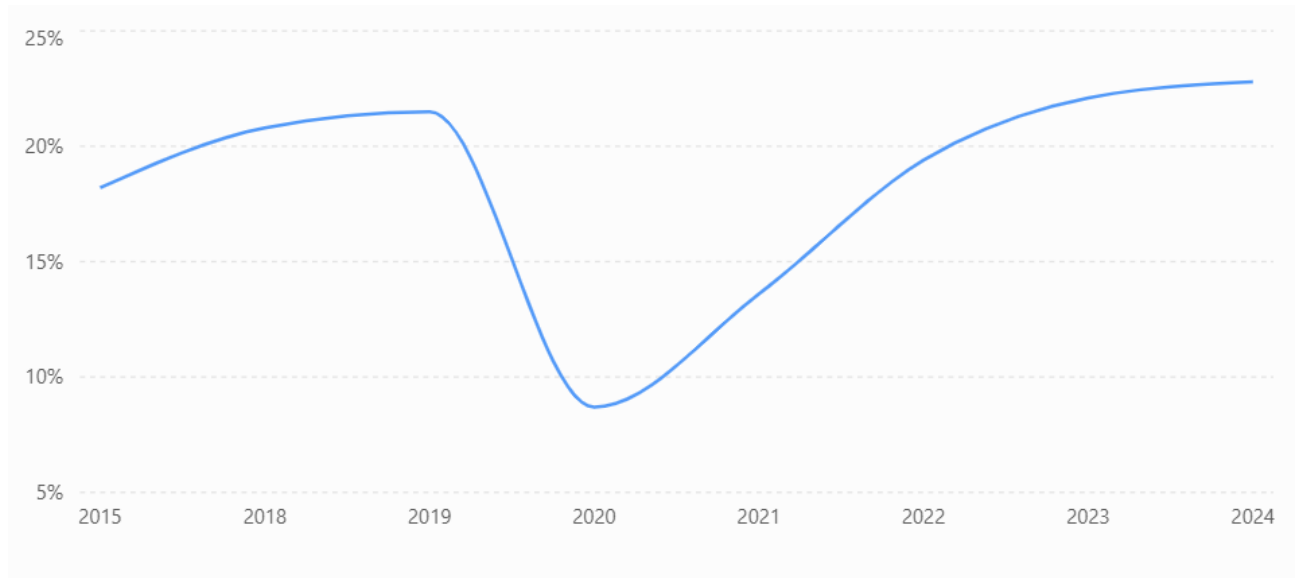


Рисунок 3.5. Частка туризму у ВВП Кіпру (2015–2024 рр.)

Представлені дані свідчать про високу роль туристичного сектору в економічному розвитку країни. Навіть попри різке скорочення туристичних потоків у період пандемії COVID-19, галузь продемонструвала швидке відновлення та вже у 2023–2024 роках перевищила допандемічні показники.

Висока частка туризму у ВВП пояснюється тим, що туристичний сектор забезпечує не лише прямі доходи, а й стимулює діяльність широкого кола суміжних підприємств. Саме тому економічна стійкість Кіпру значною мірою залежить від стабільності міжнародних туристичних потоків.

Туристична індустрія є одним із найбільших роботодавців країни. Завдяки високій трудомісткості туристичні підприємства забезпечують значну кількість робочих місць у різних секторах економіки.

Зайнятість формується як безпосередньо у сфері туризму, так і в суміжних галузях. До першої групи належать працівники готелів, ресторанів, туристичних агентств, транспортних компаній та закладів дозвілля. До другої – працівники

будівництва, торгівлі, фінансових установ, виробництва харчових продуктів та інших секторів, які обслуговують потреби туристичної індустрії.

Таблиця 3.3

Зайнятість населення у туристичній сфері Кіпру

Рік	Кількість зайнятих, тис. осіб	Частка у загальній зайнятості, %
2015	88	18,4
2018	102	21,3
2019	106	22,1
2020	72	15,2
2021	84	17,4
2022	98	20,3
2023	110	22,8
2024	114	23,4

Понад п'ята частина економічно активного населення країни прямо або опосередковано пов'язана з туристичною діяльністю. Особливо важливе значення туризм має для прибережних районів, де він виступає головним джерелом зайнятості населення.

Однією з найважливіших характеристик туристичної діяльності є її мультиплікативний ефект. Кошти, які витрачають туристи, поширюються по всій економічній системі та стимулюють розвиток великої кількості суміжних галузей.

МУЛЬТИПЛІКАТИВНИЙ ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ КІПРУ



Рисунок 3.6. Мультиплікативний вплив міжнародного туризму на економіку Кіпру

Економічний мультиплікатор туризму на Кіпрі формується через декілька рівнів:

1. Прямий ефект – витрати туристів на проживання, харчування, транспорт та екскурсійні послуги.
2. Непрямий ефект – закупівлі товарів і послуг туристичними підприємствами.
3. Індукований ефект – споживання працівниками туристичного сектору отриманих доходів.

За оцінками економістів, кожне євро, витрачене туристом на Кіпрі, генерує додатковий економічний ефект у суміжних галузях, що робить туризм одним із найбільш ефективних секторів національної економіки.

Міжнародний туризм здійснює комплексний вплив на розвиток транспортної системи країни. Саме туристичний попит став одним із головних чинників модернізації міжнародних аеропортів Ларнаки та Пафоса, розвитку автомобільної інфраструктури та розширення морських пасажирських перевезень.

Особливо важливим є вплив туризму на авіаційний сектор. Понад 90 % туристів прибувають на Кіпр повітряним транспортом, що сприяє розвитку міжнародного авіасполучення та залученню нових авіаперевізників.

Не менш важливий вплив туризм здійснює на торгівлю. Туристи виступають активними споживачами товарів місцевого виробництва, сувенірної продукції, продуктів харчування, ювелірних виробів та інших товарів.

Сфера послуг загалом виступає найбільшим бенефіціаром туристичного розвитку. Саме вона забезпечує основну частину доданої вартості, створеної внаслідок туристичної діяльності.

Незважаючи на значні успіхи туристичної галузі, подальший розвиток Кіпру потребує диверсифікації туристичного продукту. Домінування пляжного туризму створює залежність від сезонних коливань та підвищує вразливість туристичної системи до зовнішніх ризиків.

Перспективними напрямками диверсифікації виступають:

- культурно-пізнавальний туризм;
- гастрономічний туризм;
- винний туризм;
- сільський туризм;
- медичний туризм;
- спортивний туризм;
- конференц-туризм (MICE);
- круїзний туризм;
- екологічний туризм.

Особливий потенціал має розвиток туристичних маршрутів у гірському регіоні Троодос, який дозволяє розширити туристичний сезон та залучити нові категорії відвідувачів.

Сучасна туристична політика Кіпру дедалі більше орієнтується на принципи сталого розвитку. Це пов'язано із необхідністю збереження природних ресурсів, культурної спадщини та підвищення якості життя місцевого населення.

Основними напрямками розвитку сталого туризму є:

- раціональне використання природних ресурсів;
- підвищення енергоефективності туристичних об'єктів;
- скорочення вуглецевого сліду туристичної діяльності;
- розвиток екологічного транспорту;
- підтримка місцевих виробників;
- збереження історико-культурної спадщини;
- залучення місцевих громад до туристичної діяльності.

Особливого значення набуває розвиток концепції «розумної туристичної дестинації» (Smart Tourism Destination), яка поєднує цифрові технології, екологічну відповідальність та ефективне управління туристичними потоками.

Таким чином, міжнародний туризм виступає одним із ключових драйверів соціально-економічного розвитку Кіпру. Його внесок у формування ВВП, забезпечення зайнятості населення та розвиток суміжних галузей підтверджує

стратегічне значення туристичної індустрії для національної економіки. Водночас подальший розвиток туристичного сектору потребує диверсифікації туристичного продукту, зменшення сезонної залежності та впровадження принципів сталого розвитку. Саме поєднання економічної ефективності, інноваційності та екологічної відповідальності визначатиме конкурентоспроможність туристичної галузі Кіпру у найближчі десятиліття.

Висновки до розділу 3

Проведене дослідження дозволило встановити, що міжнародний туризм є одним із визначальних чинників соціально-економічного розвитку Республіки Кіпр та формує важливі передумови для її інтеграції у світовий туристичний простір. Аналіз міжнародних туристичних потоків за методологією UN Tourism засвідчив стійке зростання туристичної активності впродовж останніх десятиліть, за винятком періоду пандемії COVID-19, яка суттєво вплинула на обсяги міжнародних прибуттів. Водночас туристична галузь продемонструвала високий рівень адаптивності та відновлення, а вже у 2023–2024 роках кількість туристичних прибуттів і туристичні доходи перевищили допандемічні показники.

Встановлено, що географічна структура міжнародних туристичних потоків Кіпру характеризується переважанням туристів із країн Європи, насамперед Великої Британії, Польщі, Німеччини, Греції та держав Північної Європи. Водночас важливим джерелом туристичних прибуттів виступає Ізраїль, що підсилює міжрегіональний характер туристичних зв'язків країни. Просторова організація туристичних потоків має чітко виражений приморський характер із концентрацією туристичної діяльності в межах Пафоса, Лімасола, Айя-Напи, Протараса та Ларнаки.

Дослідження міжкультурної комунікації підтвердило її вагому роль у забезпеченні конкурентоспроможності туристичної індустрії Кіпру. Високий

рівень мовної адаптації туристичних послуг, багатокультурність туристичного середовища, розвиток міжнародних комунікацій та толерантне ставлення до культурного різноманіття сприяють формуванню позитивного туристичного іміджу держави. Саме міжкультурна компетентність працівників туристичної сфери дедалі більше перетворюється на важливий нематеріальний ресурс розвитку туристичної індустрії.

Визначено, що економічний ефект міжнародного туризму проявляється через значний внесок галузі у валовий внутрішній продукт країни, забезпечення зайнятості населення та стимулювання розвитку суміжних секторів економіки. Туризм генерує потужний мультиплікативний ефект, впливаючи на транспорт, торгівлю, будівництво, фінансовий сектор, сферу інформаційних технологій та послуг. Висока залежність економіки Кіпру від туристичної діяльності одночасно виступає як перевагою, так і потенційним ризиком в умовах глобальної нестабільності.

Обґрунтовано, що подальший розвиток туристичної галузі Кіпру повинен базуватися на принципах диверсифікації туристичного продукту та сталого розвитку. Перспективними напрямками є розвиток культурно-пізнавального, гастрономічного, медичного, екологічного, спортивного та ділового туризму, а також активне впровадження цифрових технологій у сферу туристичного обслуговування. У сукупності це створює передумови для зміцнення міжнародної конкурентоспроможності Кіпру та забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі в довгостроковій перспективі.

Висновки

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексне дослідження ролі міжнародного туризму у розвитку Республіки Кіпр крізь призму аналізу міжнародних туристичних потоків, міжкультурної комунікації та економічного ефекту туристичної діяльності. Проведене дослідження дозволило виявити особливості функціонування туристичної системи держави, визначити її місце у міжнародному туристичному просторі та окреслити перспективи подальшого розвитку в умовах сучасних глобальних трансформацій.

Установлено, що міжнародний туризм у сучасних умовах виступає не лише важливою складовою сфери послуг, а й одним із ключових механізмів соціально-економічного розвитку держав. Його значення визначається здатністю генерувати валютні надходження, стимулювати розвиток інфраструктури, створювати робочі місця, активізувати підприємницьку діяльність та забезпечувати міжкультурні контакти. Доведено, що для країн із обмеженою природно-ресурсною базою та сприятливими рекреаційними умовами, до яких належить Кіпр, туристична діяльність виступає одним із базових секторів національної економіки.

На основі аналізу методологічних підходів UN Tourism встановлено, що найбільш репрезентативними показниками оцінювання ролі міжнародного туризму є міжнародні туристичні прибуття, туристичні доходи, туристичні витрати, середня тривалість перебування туристів, структура туристичних потоків та внесок туризму у валовий внутрішній продукт. Використання цих показників дозволило здійснити комплексний аналіз туристичного розвитку Кіпру та забезпечити його порівнянність із іншими туристичними дестинаціями Середземноморського регіону.

Дослідження передумов формування міжнародної туристичної спеціалізації Кіпру показало, що її основою виступає поєднання сприятливого економіко-географічного положення, значного природно-рекреаційного потенціалу, багатої історико-культурної спадщини та високого рівня розвитку

транспортно-логістичної інфраструктури. Встановлено, що саме комплексність ресурсного потенціалу дозволила країні сформувати конкурентоспроможний туристичний продукт та забезпечити стійкі позиції на міжнародному туристичному ринку.

З'ясовано, що визначальною конкурентною перевагою Кіпру є його розташування у межах Східного Середземномор'я на перетині європейського, близькосхідного та північноафриканського просторів. Таке положення забезпечує високий рівень транспортної доступності та сприяє формуванню багатовекторних туристичних потоків. Водночас природно-кліматичні умови, тривалий купально-пляжний сезон, висока якість морського узбережжя та різноманітність природних ландшафтів створюють передумови для розвитку різних видів рекреаційної діяльності.

Установлено, що туристична інфраструктура Кіпру відповідає сучасним вимогам міжнародного туристичного ринку. Країна сформувала розгалужену систему засобів розміщення, сучасну мережу міжнародних аеропортів, якісну дорожню інфраструктуру та широкий спектр туристичних послуг. Важливою тенденцією останніх років стало активне впровадження цифрових технологій у сферу туристичного обслуговування, що сприяє підвищенню ефективності управління туристичними потоками та покращенню якості туристичного досвіду.

Просторовий аналіз туристичних DESTINACIЙ дозволив виявити поліцентричний характер туристичного освоєння території Кіпру. Встановлено, що функціональна структура туристичних центрів має чітко виражену спеціалізацію. Пафос концентрує історико-культурні ресурси міжнародного значення та поєднує їх із курортною функцією; Лімасол виступає головним діловим і круїзним центром; Ларнака забезпечує транспортну інтеграцію туристичної системи; Айя-Напа та Протарас формують ядро пляжно-рекреаційного туризму; Нікосія виконує переважно адміністративні, культурно-пізнавальні та ділові функції. У результаті сформувалася поліцентрична модель туристичного розвитку, що підвищує стійкість туристичної системи держави.

Аналіз міжнародних туристичних потоків за методологією UN Tourism засвідчив, що протягом останніх десятиліть Кіпр демонстрував стабільне зростання туристичних прибуттів, яке було тимчасово перерване пандемією COVID-19. Водночас уже у 2023–2024 роках туристичний сектор практично повністю відновився та досягнув історично найвищих показників міжнародних прибуттів. Це свідчить про високу адаптивність туристичної системи держави та ефективність антикризових механізмів управління галуззю.

Доведено, що міжнародні туристичні потоки Кіпру характеризуються значною концентрацією на європейському ринку. Провідними країнами формування туристичних потоків залишаються Велика Британія, Польща, Німеччина, Греція та інші держави Європейського Союзу. Водночас помітно зростає значення туристичних потоків із країн Близького Сходу, насамперед Ізраїлю. Така структура забезпечує відносну стабільність туристичного попиту, але водночас підвищує залежність галузі від економічної та політичної ситуації на окремих зовнішніх ринках.

Встановлено, що міжнародний туризм Кіпру характеризується високим рівнем сезонної концентрації. Основна частина туристичних прибуттів припадає на літній період, що зумовлено домінуванням пляжно-рекреаційного туризму. Це створює додаткове навантаження на туристичну інфраструктуру в пікові місяці та одночасно знижує ефективність її використання в міжсезоння. Саме тому одним із ключових завдань подальшого розвитку туристичної галузі є зменшення сезонних диспропорцій шляхом диверсифікації туристичного продукту.

Особливу увагу в роботі приділено дослідженню міжкультурної комунікації як чинника конкурентоспроможності туристичної індустрії. Встановлено, що для Кіпру міжкультурна взаємодія виступає не лише супутнім елементом туристичного процесу, а важливим ресурсом розвитку туристичної сфери. Високий рівень мовної адаптації, багатомовність туристичних послуг, толерантне середовище та орієнтація на культурне різноманіття забезпечують сприятливі умови для обслуговування міжнародних туристичних потоків.

Доведено, що економічний ефект міжнародного туризму для Кіпру має системний характер і виходить далеко за межі безпосередньої діяльності туристичних підприємств. Туризм забезпечує значний внесок у формування валового внутрішнього продукту країни, виступає одним із найбільших роботодавців та стимулює розвиток транспорту, торгівлі, будівництва, фінансових послуг і цифрової економіки. Виявлено виражений мультиплікативний ефект туристичної діяльності, який забезпечує поширення позитивного економічного впливу на широкий спектр суміжних галузей.

Водночас встановлено, що висока залежність економіки Кіпру від міжнародного туризму формує певні ризики. Пандемія COVID-19 продемонструвала вразливість туристично орієнтованих економік до зовнішніх шоків. Це обумовлює необхідність диверсифікації туристичного продукту та розширення функціональної структури туристичної галузі.

Обґрунтовано, що перспективними напрямками подальшого розвитку туристичної сфери Кіпру є активізація культурно-пізнавального, гастрономічного, медичного, спортивного, конференц-туризму, екотуризму та сільського туризму. Важливим напрямом виступає розвиток внутрішніх районів острова, що дозволить зменшити надмірну концентрацію туристичних потоків у прибережній зоні та сприятиме більш збалансованому територіальному розвитку.

Загалом проведене дослідження підтвердило, що міжнародний туризм виступає одним із фундаментальних чинників розвитку Республіки Кіпр, поєднуючи економічні, соціальні та міжкультурні ефекти. Ефективне використання туристичного потенціалу, подальша диверсифікація туристичного продукту, впровадження принципів сталого розвитку та посилення міжкультурної взаємодії залишатимуться ключовими передумовами забезпечення конкурентоспроможності туристичної галузі Кіпру у глобальному туристичному просторі.

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
2. Герасименко В.Г. Організація туристичної діяльності. Одеса : Атлант, 2014. 340 с.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги–XXI, 2003. 300 с.
4. Кузишин А.В. Міжнародний туризм : навчальний посібник. Тернопіль : Вектор, 2016. 204 с.
5. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес : навчальне видання. Тернопіль : ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.
6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
7. Любіцева О.О. Методологія і методика геопросторових досліджень туризму. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2008. 335 с.
8. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
9. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ : Знання, 2008. 661 с.
10. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2010. 336 с.
11. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. Київ : Вища школа, 2002. 195 с.
12. Федорченко В.К., Фоменко Н.А. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму. Київ : Академія, 2012. 368 с.
13. Цибух В.І. Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції та регіональні особливості розвитку. Київ : Знання, 2011. 284 с.
14. Школа І.М., Корольчук О.В. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці : Книги–XXI, 2011. 464 с.
15. Bennett M.J. Basic Concepts of Intercultural Communication: Selected Readings. Boston : Intercultural Press, 1998. 269 p.
16. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. 6th ed. Harlow : Pearson Education, 2019. 720 p.
17. Goeldner C.R., Ritchie J.R.B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 13th ed. Hoboken : John Wiley & Sons, 2012. 640 p.
18. Hall C.M. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. 2nd ed. Harlow : Pearson Education, 2008. 302 p.

19. Hall E.T. *Beyond Culture*. New York : Anchor Books, 1976. 298 p.
20. Hall E.T. *The Silent Language*. New York : Anchor Books, 1959. 217 p.
21. Holloway J.C., Humphreys C. *The Business of Tourism*. 11th ed. Harlow : Pearson Education, 2019. 736 p.
22. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2nd ed. Thousand Oaks : Sage Publications, 2001. 596 p.
23. Hofstede G., Hofstede G.J., Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill, 2010. 576 p.
24. Lew A.A., Hall C.M., Williams A.M. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. Oxford : Wiley-Blackwell, 2014. 654 p.
25. Mathieson A., Wall G. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow : Longman, 1982. 208 p.
26. McIntosh R.W., Goeldner C.R., Ritchie J.R.B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York : Wiley, 1995. 632 p.
27. Page S.J. *Tourism Management*. 6th ed. London : Routledge, 2022. 618 p.
28. Pearce D.G. *Tourism Today: A Geographical Analysis*. 2nd ed. Harlow : Longman, 1995. 250 p.
29. Pizam A. *International Encyclopedia of Hospitality Management*. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2010. 720 p.
30. Richards G. *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. New York : Routledge, 2007. 326 p.
31. Samovar L.A., Porter R.E., McDaniel E.R., Roy C.S. *Communication Between Cultures*. 9th ed. Boston : Cengage Learning, 2017. 432 p.
32. Swarbrooke J., Horner S. *Consumer Behaviour in Tourism*. 3rd ed. London : Routledge, 2007. 440 p.
33. Tribe J. *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. 5th ed. London : Routledge, 2015. 448 p.
34. Urry J., Larsen J. *The Tourist Gaze 3.0*. London : Sage Publications, 2011. 232 p.
35. Williams S. *Tourism Geography*. London : Routledge, 2009. 336 p.
36. World Travel & Tourism Council. *Economic Impact Report 2024*. London : WTTC, 2024. 42 p.
37. UN Tourism. *Global Code of Ethics for Tourism*. Madrid : UN Tourism, 2001. 18 p.
38. UN Tourism. *International Recommendations for Tourism Statistics* 2008. Madrid ; New York : UNWTO and United Nations, 2010. 83 p.

39. UN Tourism. Tourism Highlights 2024 Edition. Madrid : UN Tourism, 2024. 28 p.
40. UN Tourism. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. Madrid ; New York : UNWTO, United Nations, Eurostat, OECD, 2010. 124 p.
41. UN Tourism. World Tourism Barometer. Madrid : UN Tourism, 2024. Vol. 22. Issue 4. 48 p.
42. United Nations. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. New York : United Nations, 2010. 83 p.
43. Weaver D., Lawton L. Tourism Management. 6th ed. Milton : John Wiley & Sons, 2023. 592 p.
44. World Economic Forum. Travel and Tourism Development Index 2024. Geneva : World Economic Forum, 2024. 118 p.