

світу. Вона сприяє формуванню міжнародних та локальних туристичних потоків, що, у свою чергу, стимулює розвиток транспортної, готельної та ресторанної інфраструктури, а також місцевих виробництв. Таким чином, активний розвиток туристичної галузі стає каталізатором зростання інших сфер економіки.

Етнотуризм – це подорож, спрямована на знайомство та глибше розуміння етнокультурного середовища з його унікальними традиціями, ремеслами, побутом і культурними особливостями. Він заслуговує на почесне місце серед різновидів пізнавального туризму, оскільки сприяє дослідженню та популяризації етнотуристичних ресурсів—ключового чинника успішного розвитку туристичної галузі. З огляду на зростаючу зацікавленість світової спільноти екологічними принципами та сталим розвитком територій, етнотуризм можна розглядати як ефективне втілення нової концепції трьох «L»—«Landscape – Lore – Leisure» (ландшафт, традиції, дозвілля), яка поступово змінює традиційну модель трьох «S»—«Sun – Sea – Sand» (сонце, море, пісок). Хоча акцент у новій концепції робиться на природних туристичних ресурсах, традиції відіграють важливу роль, особливо у контексті їх адаптації до сучасної туристичної індустрії через інтерактивні та анімаційні програми.

Після завершення подорожі туристи діляться враженнями про культурні особливості етносів відвіданого регіону. Це не лише збагачує їхній світогляд, а й сприяє формуванню поваги та толерантного ставлення між представниками різних етнічних груп.

Для успішного розвитку туризму як стратегічно важливої галузі економіки необхідне наповнення дозвілля цікавими та змістовними активностями, здатними залучити широку аудиторію. Одним із таких напрямів є етнотуризм, який продовжує набувати популярності. Практика свідчить, що фестивалі та етнографічні заходи відіграють ключову роль у формуванні наукової бази для національно-культурного відродження, сприяють розвитку регіонів, збереженню культурно-історичної спадщини та розширенню туристичних можливостей. Вони допомагають урізноманітнити туристичну інфраструктуру, збільшити її привабливість для відвідувачів і забезпечити диверсифікацію туристичного продукту.

Список використаних джерел:

1. Бучко Ж. Сутність поняття етнотуризму: підходи та визначення // Географічна освіта і наука: виклики і поступ: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті (м. Львів, 18–20 травня 2023 р.) / відповід. редактори: В. Біланюк, Є. Іванов. У 3-ох томах. Львів: Простір-М, 2023. Том 3. - С. 150-153.
2. Доценко А. І. Етнічний туризм: навчальний посібник. Київ: Університет «Україна», 2021 148 с.
3. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
4. Buchko Z., Rudenko S., Rudenko V., Yermiia H. Ethnic tourism potential of Bukovyna for the purposes of cross-border tourism // Часопис соціально-економічної географії. Вип. 20 (1). Харків, 2016. Р. 75-79.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ СВІТОВОГО ЕКОТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Ольга ДАНИЛОВА, Валентина ПІДГІРНА, АНДРІЙ КОСТЕЧКО

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чернівці, Україна

Abstract. *The trends in the development of the global ecotourism market and its regional distribution are analyzed. The main drivers of its growth are outlined, and the influencing factors that hinder the projected development are identified.*

Keywords: *ecotourism, ecotourism market, sustainable development, sustainable tourism, tourism industry.*

Цілі сталого розвитку (ЦСР, Глобальні цілі) ухвалені Організацією Об'єднаних Націй у 2015 році впливають на окреслення пріоритетів у різноманітних галузях людської діяльності, зокрема і в сфері туризму [2]. Збалансування соціальної, економічної та екологічної стійкості

вдало реалізовується в екотуристичній концепції, яка на практиці сприяла формуванню екотуристичного ринку із швидкими темпами зростання в глобальному масштабі. Метою нашого дослідження є виокремлення сучасних тенденцій екотуристичного ринку для окреслення подальших перспектив його розвитку.

У найбільш загальному розумінні екологічний туризм, є: «формою активного відпочинку з екологічно значущим наповненням – особливий інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою та іншими людьми на основі взаємної вигоди, взаємоповаги та взаєморозуміння. Туристи отримують від такого спілкування з природою певний фізичний, психологічний, інтелектуальний та емоційний запас міцності та здоров'я, а природа при цьому зазнає мінімальних зворотних впливів і втрат, місцеві мешканці отримують соціальні та економічні стимули до збереження природи та традиційного природокористування» [2].

За даними ресурсу *fortune business insights*, розмір глобального ринку екотуризму оцінювався в 271,5 мільярдів доларів США в 2024 році із прогнозованим зростанням до 759,9 мільярдів доларів США в 2032 році, демонструючи збільшення у 2,5 рази впродовж прогнозованого періоду [4].

Основними стимуляторами зростання екотуристичного ринку є такі фактори:

1. *Зростаюча екологічна обізнаність споживачів екотуристичних послуг.* Саме вона є рушійною силою ринку екотуризму. Збереження довкілля є ключовим критерієм при здійсненні подорожей туристами. Ця підвищена обізнаність змушує туристів здійснювати подорожі, які мінімізують вплив на навколишнє середовище та підтримують зусилля щодо його збереження. Оскільки люди стають більш усвідомленими щодо впливу туризму на екосистеми та місцеві громади, зростає попит на екологічно чисті варіанти подорожей, які зберігають природні ресурси та сприяють відповідальній поведінці. Ця зміна впливає на переваги подорожей, заохочуючи як туристів, так і туристичні компанії застосовувати практики, які зменшують вплив на довкілля та підтримують сталий розвиток. Отже, ринок екотуризму отримує переваги від зростаючого сегменту екологічно свідомих споживачів, які готові інвестувати в досвід, який відповідає їхнім цінностям.

2. *Підвищення ролі практик сталого туризму для стимулювання зростання ринку.* Розвиток сталого туризму сприяє зростанню ринку екотуризму, оскільки як туристи, так і учасники туристичної галузі дедалі більше надають перевагу екологічно відповідальним подорожам і збереженню довкілля. Основна мета таких підходів - зменшити негативний вплив на природу, підтримувати місцеві громади та раціонально використовувати природні ресурси, що повністю відповідає принципам екотуризму. Із зростанням усвідомлення шкідливого впливу масового туризму на екосистеми, споживачі та туристичні оператори, компанії поступово переходять до більш сталих практик - таких як екологічні готелі, скорочення кількості відходів та участь у природоохоронних ініціативах. Орієнтація на сталий розвиток робить екотуризм дедалі привабливішим для свідомих мандрівників. До того ж, запровадження галузевих стандартів і сертифікацій, які підтримують екологічні практики, стимулює подальше розширення цього сегменту туристичного ринку.

3. *Стабільний розвиток індустрії подорожей і туризму для стимулювання зростання ринку.*

В після пандемічний період COVID-19, ринок туризму загалом демонструє стабільні темпи зростання, завдяки зростанню кількості туристів, зростанню наявного доходу, зростанню населення та збільшенню підтримки туристичного сектору на державному рівні. Ці фактори також стимулюють зростання ринку екотуризму.

4. *Активне впровадження цифрових маркетингових стратегій з метою залучення більшої кількості туристів* відіграє важливу роль у розширенні туристичного ринку. Цифровий маркетинг став ключовим інструментом у сфері туризму, оскільки дозволяє охопити широку аудиторію і підвищити інтерес до подорожей. Його використання охоплює різноманітні цифрові канали - від соціальних мереж, веб-оптимізації та SEO до електронної пошти та інших засобів онлайн-комунікації. Особливо швидко цей напрям розвивається

останніми роками у відповідь на зміну поведінки туристів, які дедалі більше покладаються на інтернет та соціальні медіа при плануванні своїх мандрівок. Завдяки миттєвій взаємодії через соціальні платформи туристичні компанії, зокрема в екотуризмі, можуть напряду комунікувати з туристами, оперативно відповідати на запити, вирішувати проблеми, забезпечувати прозорість та зміцнювати довіру до бренду. Особливу роль у цьому процесі відіграє відеомаркетинг, який дозволяє яскраво презентувати туристичні локації, емоційно залучати аудиторію та створювати сильний зв'язок між мандрівником і напрямком. До того ж, можливість поділитися особистим досвідом робить такий контент ще привабливішим для потенційних відвідувачів.

У результаті, активне використання цифрових інструментів разом із зростаючою довірою туристів до соціальних мереж як джерела інформації планування туру ще більше сприятиме зростанню ринку.

За даними Cognitive Market Research, лідируючі позиції на екотуристичному ринку утримує Північна Америка (40% світового доходу з розміром ринку в 108,637 млрд. доларів США), який зростатиме з сукупним річним темпом зростання (CAGR) на 10,2% з 2024 по 2031 рік (рис.1) [3]. Дещо вищі сукупні річні темпи зростання ринку екотуризму в даному регіоні прогнозуються для Канади (11,0%) та Мексики (11,7%), які пов'язують із урядовою підтримка природоохоронних заходів у даних країнах, які сприятимуть розвитку ринку екотуризму.

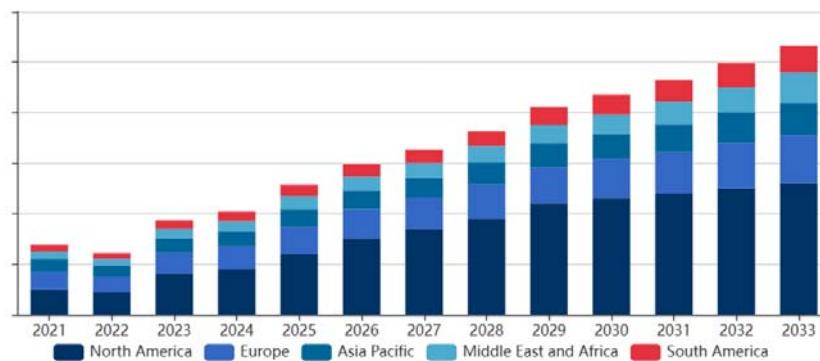


Рис. 1. Частка світового ринку екотуризму (%) за регіонами (2022-2033 рр.), [3].

На Європейський екотуристичний ринок припадає понад 30% світового доходу з розміром ринку в 81,4 млрд. доларів США та зведеним річним темпом зростання (CAGR) на 10,5% з 2024 по 2031 рік. Ключовими гравцями ринку є – Великобританія (із розміром ринку в 13,6 млрд. доларів США), Франція (7,4 млрд. доларів США), Італія (7,7 млрд. доларів США).

На Азіатсько-Тихоокеанський регіон припадає 23% світового доходу екотуристичного ринку з розміром ринку в 62,4 млрд. доларів США в 2024 році та зведеним річним темпом зростання (CAGR) на 14,0% з 2024 по 2031 рік. Даний регіон демонструє і демонструватиме найбільший сукупний середньорічний темп зростання на ринку екотуризму. Цьому сприятиме багате біорізноманіття, мальовничі природні ландшафти та збільшення частки населення середнього класу зі зростанням наявних доходів. Ще одним із ключових факторів зростання є збільшення обізнаності споживачів про екотуризм, попит на унікальні подорожі та їх популяризація. Крім того, урядові ініціативи, спрямовані на підтримку природоохоронного та сталого туризму, покращення інфраструктури сприяють швидкому розширенню екотуристичного сектору в регіоні. Найвищі темпи зростання екотуристичного ринку демонструватиме Індія (15,8%). Дещо нижчі від пересічних по регіону будуть темпи зростання в Китаї та Японії.

Екотуристичний ринок Латинської Америки має понад 5% світового доходу з розміром ринку в 13,5 млрд.доларів США в 2024 році та зростатиме зі зведеним річним темпом зростання (CAGR) на 11,4% з 2024 по 2031 рік [3].

Прогнозовані темпи зростання як глобальних, так і регіональних екотуристичних ринків можуть сповільнюватись через необхідність вкладання високих початкових витрат,

адже створення та підтримка екотуристичних проєктів часто потребує значних інвестицій. Розвиток екологічної інфраструктури – екожитло, системи поводження з відходами, екологічний транспорт із низьким рівнем впливу потребують більших початкових витрат, порівняно з традиційними варіантами туризму. Вони можуть стримувати інвестиції та обмежувати доступність пропозицій екотуризму, особливо в країнах, які розвиваються. Додатковим фінансовим навантаженням є впровадження суворих екологічних стандартів і сертифікація. Вища ціна на екологічно чисті продукти та послуги також може бути стримуючим фактором для «економних» туристів, впливаючи на зростання ринку.

Ще одним стримуючим чинником, що обмежує збільшення екотуристичного ринку є зростання геополітичної напруженості в усьому світі. Країни, економіка яких є залежною від туристичного сектору найбільше відчують вплив геополітичних конфліктів, які призводять до зменшення кількості туристів, які відвідують різні частини цих країн. Останній фактор особливо актуальний для України, яка внаслідок російської агресії зазнає колосальних втрат від зменшення туристопотоку, закриття туристичних підприємств, зменшення податкових надходжень від підприємств туристичної сфери, руйнування туристичної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Данілова О.М., Ємчук Т.В. Заповідна справа та організація туристично-рекреаційної діяльності на територіях природно-заповідного фонду: навч. посібник. Чернівці: ЧНУ.
2. Що таке цілі сталого розвитку? URL : <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>.
3. Cognitive Market Research. URL: https://www.cognitivemarketresearch.com/ecotourism-market-report?srltid=AfmBOoqQpAOryZT4HsrfwKOTGJJV05CDZLwBfOJojqhAoqqWnoLg_2ZA&utm_source=chatgpt.com.
4. Fortune business insight. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/ecotourism-market-108700>.

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Катерина ДУДАРЧУК

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
Тернопіль, Україна

Abstract. *The martial law that has been in place in Ukraine since 2014 and has become particularly acute in 2022 has significantly complicated the conditions for the development of tourism in the country. Martial law, security threats, destruction of infrastructure and economic difficulties have created a new reality for the tourism industry of Ukraine. In such conditions, it is extremely important to develop strategies for adaptation and search for new formats of activity to preserve and gradually restore this sector. In addition, the experience of other countries that have gone through similar crises can be useful in determining ways to restore Ukrainian tourism after the end of the military law.*

Key words: *tourism, military law, economical crisis, war tourism.*

Повномасштабна війна в Україні в 2022 році стала основним фактором занепаду економіки й туристичної галузі, зокрема. Наприклад, у 2022 році найбільший внесок у державний бюджет зробили доходи від готельної справи – 898 мільйонів гривень, що на 30% менше порівняно з 2021 роком, коли ця сума становила 1 мільярд 288 мільйонів гривень. Під час воєнного стану туристична галузь зіткнулася з такими складнощами як відсутність гарантій безпеки, закриття повітряного простору, проблеми з транспортною логістикою, масовий виїзд громадян як біженців, а також майже повна відсутність в'їзного туризму [2].

Західні та центральні області України в основному служать притулком для внутрішніх біженців. Планування маршрутів враховує розташування бомбосховищ, щоб у разі повітряної тривоги туристи могли швидко знайти укриття. Водночас, на цих територіях частково відновили роботу туроператори, які організовують внутрішні тури. Враховуючи ці обставини, українці почали дозволяти собі короткі подорожі в межах країни, що допомагає