

Остіан З.З.

аспірант,

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6305-2368>

Ostian Zdenek

PhD student,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ГЕОПОЛІТИЧНІ ДОМІНАНТИ ТА СТРУКТУРНА ПОЛЯРИЗАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ШОКІВ

Анотація. У статті досліджено механізми трансформації світового ринку туристичних послуг під впливом геополітичних домінант та інституційних шоків. Обґрунтовано природу структурної поляризації галузі, що проявляється у поглибленні розриву між Глобальною Північчю та Півднем. Особливу увагу приділено аналізу перерозподілу туристичних потоків та інвестицій в умовах пандемії та воєнних конфліктів, зокрема агресії РФ проти України. Визначено роль цифровізації, використання штучного інтелекту та Big Data як стратегічних інструментів адаптації бізнесу до зовнішньої нестабільності. Сформовано рекомендації щодо підвищення операційної стійкості дестинацій через інституалізацію ESG-критеріїв та інтеграцію систем геополітичного ризик-менеджменту для подолання наслідків надмірного туризму.

Ключові слова: поляризація, міжнародний туризм, цифровізація, ризик-менеджмент, Глобальна Північ, Глобальний Південь, інституалізація, диверсифікація, торгівля, надмірний туризм.

Вступ та постановка проблеми. Світовий ринок туристичних послуг, незважаючи на загальну стійкість, функціонує в умовах постійної динаміки, зумовленої структурними змінами та непередбачуваними глобальними явищами. Диверсифікація міжнародної торгівлі послугами туризму відбувається не лише під впливом класичних економічних механізмів, але й як пряма реакція на структурну поляризацію та інституційні шоки. Зростаюча роль геополітичних чинників та внутрішні проблеми (як от надмірний туризм) вимагають глибокого аналізу чинників, що визначають вектори розвитку галузі. Необхідне дослідження, яке виокремить структурні та геополітичні домінанти, що впливають на перерозподіл туристичних потоків та інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В українському науковому дискурсі активно просувається тема посилення глобальної нестабільності та зростання геополітичних ризиків. Комплексний аналіз світового ринку туристичних послуг з точки зору ґрунтового розуміння економічних та управлінських аспектів його функціонування розглядається у працях Журби І. Є. та Несторишена І. В. [11]. В контексті дослідження структурної трансформації галузі центральне місце посідає концепція просторової поляризації, розроблена Горіною Г. О. [10]. Глобальні кризові шоки, такі як пандемія, виступають каталізатором структурних трансформацій світового туристичного ринку, стимулюючи цифровізацію, зміну ролі посередників та кардинальний перегляд

макродестинацій, що мають найбільшу перспективність для зростання. Про це йдеться в дослідженнях Михайліченко Г. та Клімова А. [12], а також Джинджояна В. В. та ін. [13].

У світових дослідженнях, зокрема, у роботі Папагіанні Е. зі співавторами, фокусуються на емпіричному аналізі геополітичних ризиків, які є одним із ключових екзогенних шоків, що створює стійкий негативний вплив на туристичний попит у багатьох країнах, перетворюючись на головний драйвер трансформаційних змін, що посилює структурну поляризацію світового ринку [14]. Емпіричний аналіз геополітичних ризиків як драйверів трансформаційних змін представлений у роботі Папагіанні Е. та ін. [14]. Питання сталого туризму як інституційного імперативу висвітлено Агарвалом А. К. та ін. [15], а роль корпоративної цифровізації в адаптації до геополітичних ризиків обґрунтовано Гревалом А. Г. С. та Чаудхурі А. Б. [16].

Метою статті є обґрунтування механізму взаємодії геополітичних домінант та інституційних шоків як каталізаторів структурної поляризації світового ринку туристичних послуг, а також розробка рекомендацій щодо підвищення його стійкості.

Невирішені раніше питання частини загальної проблеми. Аналіз наукового дискурсу свідчить про фрагментарність досліджень взаємодії глобальних викликів. Зокрема, потребують глибшого вивчення механізми інституційної адаптації до умов тривалих збройних конфліктів, що посилюють



ринкову поляризацію. Крім того, недостатньо дослідженим залишається вплив нерегульованої платформи та урбанізації на туристичну ємність туристичних центрів, що зумовлює актуальність даної статті.

Результати дослідження. Ключовими чинниками масового розвитку світового туризму стали післявоєнне економічне зростання, підвищення добробуту та законодавче закріплення оплачуваних відпусток. Зростання галузі зумовило її інституалізацію, зокрема створення у 1947 році Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (IUOTO), пізніше трансформованого у Всесвітню туристичну організацію (ЮНВТО). Ці інституції сформували правовий та методологічний фундамент міжнародного співробітництва. Водночас глобальні трансформації – від всеосяжної цифровізації до геополітичних зрушень – радикально змінили економічну архітектуру світу. Це зумовлює необхідність аналізу нової структури ринку туристичних послуг, якій притаманна виразна поляризація та глобальний перерозподіл потоків.

Структура світового ринку туристичних послуг є багатовимірною системою, що охоплює галузеві, географічні та інвестиційні критерії. Під впливом цифровізації та нових споживчих трендів сучасна торгівля послугами набуває ознак динамічної диверсифікації.

Сучасний аналіз структури торгівлі туристичними послугами базується на даних ЮНВТО, Світового банку, WEF та WTTC. Найбільш репрезентативна база ЮНВТО (прибуття, доходи та витрати) дозволяє формувати глобальні рейтинги та відстежувати динаміку розподілу потоків. Узагальнена структура показників галузі наведена на рисунку 1.

Аналіз внутрішніх туристичних потоків ускладнюється різноманітністю даних та складністю обчислення супутніх доходів. Попри спроби уніфікації, питання створення ефективної системи обліку внутрішнього туризму залишається відкритим.

В геополітичному вимірі наразі чітко відстежується поглиблення розподілу глобальної економіки на два світові табори:

- Глобальну Північ, яка включає розвинуті країни Північної Америки, Європи, Близького Сходу, Австралію і Нову Зеландію;
- Глобальний Південь, до якого входять країни Латинської Америки, Карибського басейну, Африки, Азії та Океанії.

Згідно з класифікацією ЮНКТАД, країни Глобальної Півночі та Півдня різняться за рівнем соціально-економічного розвитку та політичним устроєм [1]. У XXI ст. спостерігається стійка тенденція до зростання частки Глобального Півдня у світових туристичних потоках [2, с. 108]. Це зумовлено реалізацією туристичного потенціалу та динамічним економічним підйомом таких країн, як Китай, Індія, Катар, ОАЕ, що супроводжувалося підвищенням добробуту населення (рис. 2).

Аналіз частки Глобального Півдня в загальних світових об'ємах доходів від туризму демонструє значне зростання за останні 20 років. На початку століття країни табору отримали 27,5% в структурі світових доходів, а вже в 2015 цей показник зріс до 39,7 % (рис. 3).

Найвищі темпи зростання доходів демонструє Азійсько-Тихоокеанський макрорегіон, де надходження у 2015 р. перевищили показники 2000 р. у п'ять разів. Серед країн Глобальної Півночі домінує Європа: попри зниження її частки з 68% у 2000 р. до 59% у 2019 р., швидке повоєнне та після пандемічне відновлення забезпечило регіону 75% доходів у 2023 р. Загалом до 2019 р. країни Півночі демонстрували стабільний приріст прибутків на рівні 70–87% кожні п'ять років.

Зростання долі доходів від міжнародного туризму в країнах Глобального Півдня за останні 20 років можна пояснити збільшенням прибуттів та прибутків на одне прибуття, при якому кожен



Рис. 1. Показники та їх похідні в дослідженнях світового туризму

Джерело: складено автором

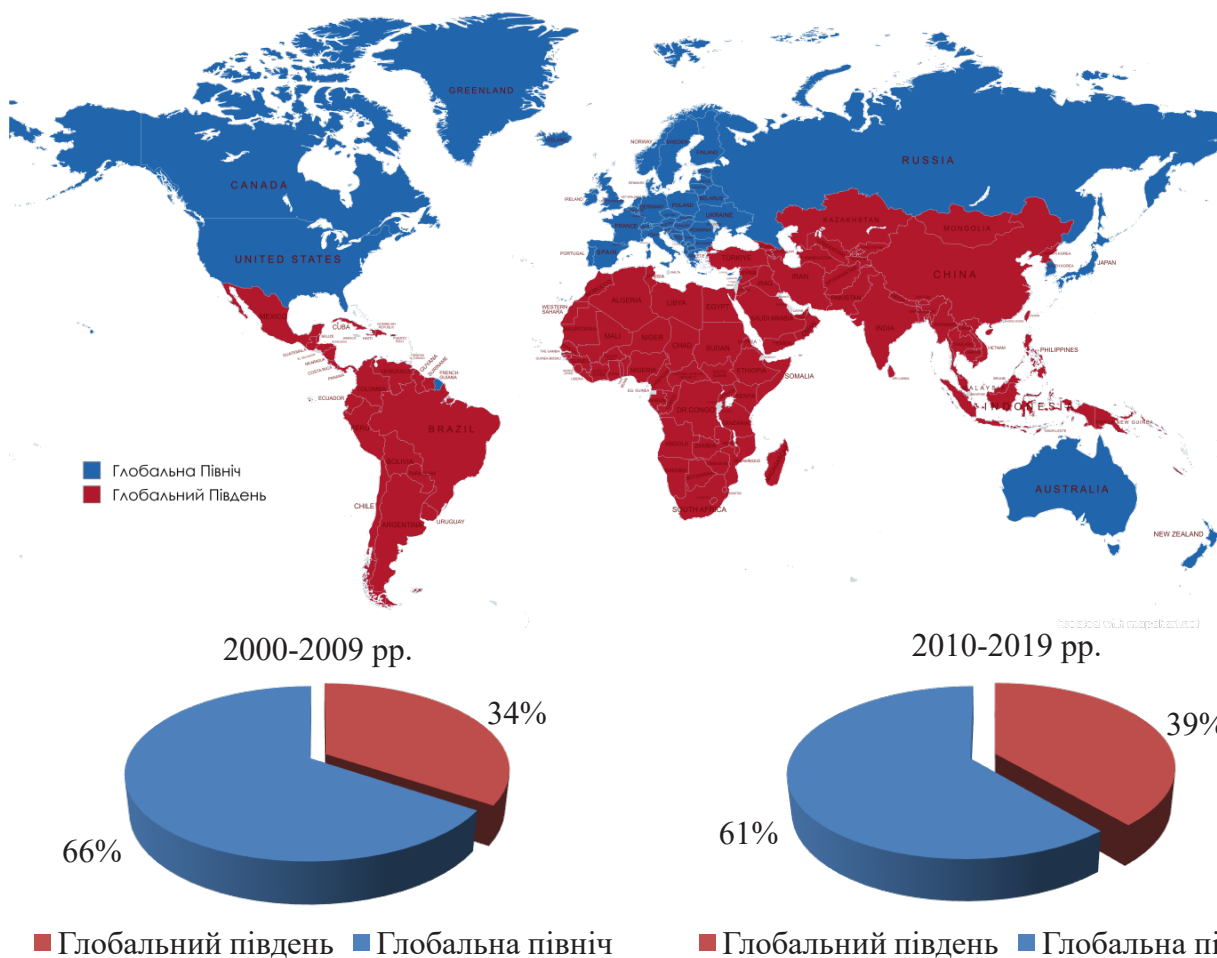


Рис. 2. Порівняння долі прибуттів іноземних туристів між Глобальною Північчю та Півднем в першому і другому десятилітті XXI ст.¹

Джерело: побудовано автором за даними [1, 3]

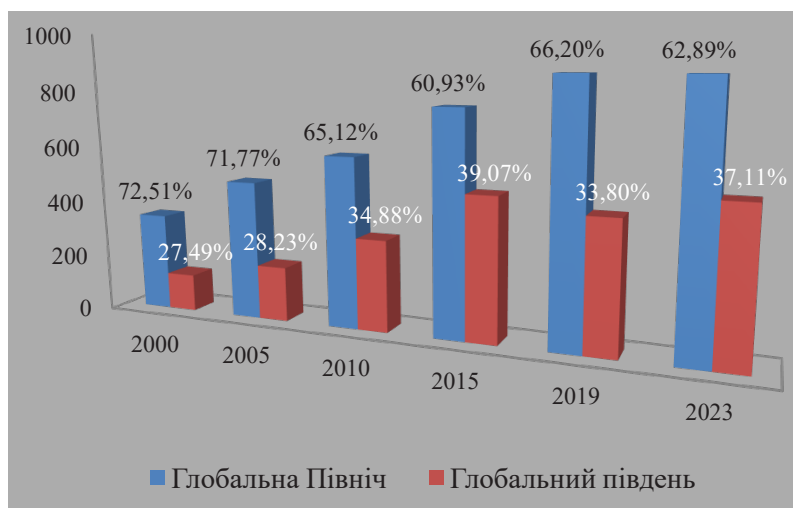


Рис. 3. Порівняння надходжень від міжнародного туризму в млрд дол. США між Глобальною Північчю та Півднем в період з 2000 по 2023 роки

Джерело: побудовано автором за даними [1, 3, 4]

¹ Через пандемію COVID-19 найбільш репрезентативний період для відображення закінчується в 2019 році.

турист витратив в 2000 році 598 дол. США, а вже в 2023 році – 1105 дол. США (рис. 4), вперше перевищивши багаторічний показник Глобальної Півночі.

Поглиблення співпраці в межах Глобального Півдня є тригером економічного зростання та розвитку торгівлі послугами. Однак геополітичні ризики, зокрема зближення Китаю з такими авторитарними режимами, як РФ, Іран та КНДР, а також напруженість у відносинах з США та ЄС – створюють високу невизначеність. Такі деструктивні чинники здатні послабити лідерську роль Китаю та внести суттєві корективи у позитивні прогнози розвитку регіону.

2020 рік став точкою біфуркації, що радикально змінила парадигму розвитку світового господарства. Ці трансформації безпосередньо позначилися на глобальному туристичному бізнесі, що підтверджується зміною географічної структури ринку. Для порівняльного аналізу динаміки міжнародних прибуттів та доходів у допандемійний (2019 р.) та відновлювальний (2023 р.) періоди сформовано вибірку з 40 країн-лідерів галузі (табл. 1).

Аналіз трансформації ринку у 2019–2023 рр. (табл. 2) демонструє нерівномірне відновлення макро-регіонів. Якщо країни Близького Сходу продемонстрували стрімке зростання завдяки стратегічним інвестиціям, то Азійсько-Тихоокеанський регіон та Україна зазнали найбільших втрат через пандемічні та геополітичні чинники відповідно. В Європі ж спостерігається зростання доходів на тлі інфляційних процесів та обмеження потоків у переважних туристичних напрямках.

Проблема «надмірного туризму» (overtourism) деталізована у звіті ЮНВТО, де запропоновано 11 стратегій управління потоками [8]. Реалізація програм розвитку громад має відповідати Етичному кодексу туризму та Цілі 11 ЦСР ООН щодо сталого розвитку міст, що потребує значних інвестицій в інноваційну інфраструктуру. Оскільки обмежене зростання доходів може не покривати капітальні та експлуатаційні витрати, критично важливим є поєднання стратегій розвитку з цифровими інструментами для гармонізації середовища в переважаних туристичних напрямках:

1. Просторове та часове регулювання: динамічне ціноутворення, онлайн-бронювання та стимулювання нових маршрутів через цифрові карти.

2. Інформаційна підтримка: створення цифрового контенту, маршрутних асистентів та покращення міських об'єктів.

3. Адміністрування та взаємодія: адаптація регулювання, сегментація відвідувачів, онлайн-моніторинг, цифровізація податків та активне залучення місцевої громади до управління.

Баланс між інтересами мешканців та туристів стає критичним на тлі глобальної урбанізації. За даними ООН, частка містян зросла з 30% у 1950 р. до 55% у 2018 р., із прогнозом до 68% у 2050 р. [9]. Найвищий рівень урбанізації зафіксовано в Америці та Карибському басейні (понад 81%), Європі (74%) та Океанії (68%). Найнижчі показники урбанізації у 2018 р. зафіксовано в Азії (50%) та Африці (43%). Ці дані визначають регіони з потенціалом для росту туристичних потоків, а також зони, що потребують виважених стратегій для балансу між комфортом середовища, сталим розвитком громад і доходами галузі.

Геополітичні чинники та кризові шоки. Збройні конфлікти руйнують туристичну діяльність, проте їхній вплив на глобальному рівні різний. Ідеологічне протистояння демократичних та авторитарних режимів поглиблює розкол між Глобальною Північчю та Півднем. Водночас швидкий перерозподіл потоків є ключовим показником стійкості галузі перед геополітичними викликами та локальними війнами XXI століття.

Локальні конфлікти початку XXI ст. суттєво не сповільнили загальносвітовий розвиток туризму, середня динаміка якого перевищувала 4% щорічно. Проте в регіональному розрізі наслідки є драматичними, особливо для країн із високою часткою туризму в ВВП. Зокрема, атака ХАМАС на Ізраїль у жовтні 2023 р. зупинила відновлення галузі, розпочате після пандемії (рис. 5).

З жовтня 2023 р. по вересень 2024 р. Ізраїль відвідали 938,3 тис. осіб, що на 75% менше за показник попереднього періоду. Військовий конфлікт, спровокований атакою ХАМАС та подальшими операціями в секторі Газа й Лівані, спричинив суттєві економічні

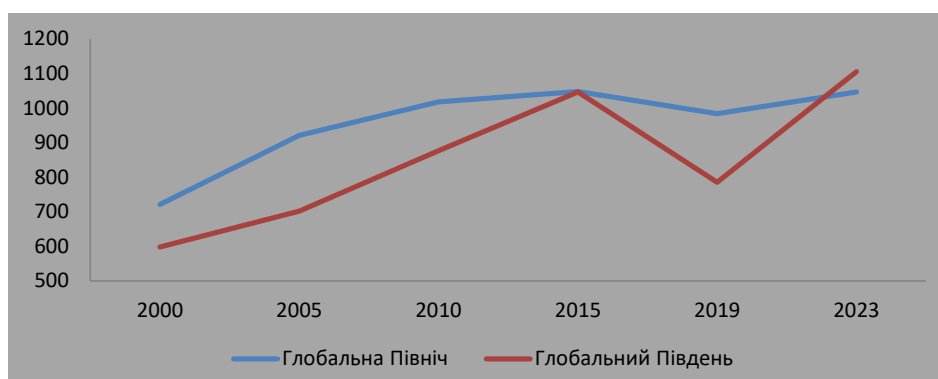


Рис. 4. Порівняння середнього доходу на одне прибуття між Глобальною Північчю та Півднем в період з 2000 по 2023 роки

Джерело: побудовано автором за даними [1, 3, 4]

Рейтинг ТОП-40 країн за міжнародними прибуттями та доходами від міжнародного туризму в 2019 та 2023 роках

Міжнародні прибуття, млн. осіб					Доходи від міжнародного туризму, млрд. дол. США				
пп	2019	Країна*	2023	пп**	пп	2019	Країна*	2023	пп**
1	90,91	Франція	100	1	1	199	США	189,1	1
2	83,51	Іспанія	85,17	2	2	79,7	Іспанія	92	2
3	79,44	США	66,48	3	3	63,5	Франція	71,2	4 ¹
4	65,73	Китай	53,1	6 ²	4	59,8	Таїланд	29,7	16 ¹²
5	64,51	Італія	57,25	4 ¹	5	51,91	Італія	55,9	5
6	51,19	Туреччина	55,16	5 ¹	6	49,58	Великобританія	73,9	33
7	45	Мексика	41,95	7	7	46,1	Японія	38,6	9 ²
8	39,92	Таїланд	28,15	12 ⁵	8	45,71	Австралія	46,1	8
9	39,56	Німеччина	34,8	9	9	41,8	Німеччина	37,4	11 ²
10	39,42	Великобританія	37,22	8 ²	10	41,41	Туреччина	49,5	7 ³
11	31,88	Японія	25,07	14 ³	11	40,1	Макао	32,6	13 ²
12	31,88	Австрія	30,91	10 ²	12	35,8	Китай	24,8	18 ⁶
13	26,1	Малайзія	20,14	17 ⁴	13	29,96	Індія	32,2	14 ¹
14	24,42	РФ	8,24	32 ¹⁸	14	29,04	Гонконг	20,9	21 ⁷
15	23,72	Гонконг	17,16	20 ⁵	15	26,97	Канада	38,5	10 ⁵
16	22,14	Канада	18,34	19 ³	16	24,6	Мексика	30,7	15 ¹
17	21,15	Польща	18,99	18 ¹	17	22,94	Австрія	25	17
18	20,12	Нідерланди	20,3	16 ²	18	21,8	ОАЕ	51,9	6 ¹²
19	18,63	Макао	14,23	23 ⁴	19	20,9	Корея	15,3	24 ⁵
20	18	В'єтнам	12,6	26 ⁵	20	20,3	Сінгапур	21,1	19 ¹
21	17,35	Хорватія	20,6	15 ⁶	21	19,82	Малайзія	14,9	26 ⁵
22	17,91	Індія	9,24	30 ⁸	22	18,48	Нідерланди	20,7	22
23	17,52	Сауд. Аравія	27,42	13 ¹⁰	23	17,95	Швейцарія	21,1	20 ³
24	17,5	Корея	11,03	28 ⁴	24	16,91	Індонезія	14	28 ⁴
25	16,93	Угорщина	12,93	25	25	16,38	Саудівська Аравія	36	12 ¹³
26	16,73	ОАЕ	28,15	11 ¹⁵	26	14,41	Тайвань	8,7	32 ⁶
27	15,45	Індонезія	11,63	27	27	13,7	Польща	15	25 ²
28	15,12	Сінгапур	13,6	24 ⁴	28	13,03	Єгипет	14,1	27 ¹
29	13,44	Україна	2,45	36 ⁶	29	11,83	В'єтнам	9,2	31 ²
30	13,28	Данія	–	–	30	11,75	Хорватія	15,8	23 ⁷
31	13,02	Єгипет	14,91	21 ¹⁰	31	10,96	РФ	6,7	36 ⁵
2	12,93	Марокко	14,52	22 ¹⁰	32	8,87	Бельгія	7,6	34 ²
33	11,81	Швейцарія	–	–	33	8,84	Данія	9,8	30 ³
34	11,96	Тайвань	6,49	34	34	8,38	ПАР	5,7	37 ³
35	10,95	Ірландія	6,3	35	35	8,18	Марокко	10,3	29 ⁶
36	10,23	ПАР	8,48	31 ⁵	36	7,3	Угорщина	8	33 ³
37	9,47	Австралія	7,19	33 ⁴	37	6,42	Ірландія	7,5	35 ²
38	9,43	Туніс	9,37	29 ⁹	38	4,28	Болгарія	4	38
39	9,34	Бельгія	–	–	39	2,5	Туніс	2,6	39
40	9,31	Болгарія	–	–	40	1,62	Україна	0,9	40

Примітка: * – рейтинг сформовано за показниками 2019 року. Країни, рейтинг яких не змінився, виділено напівжирним шрифтом.

** - кількісна зміна в рейтингу позначена надстроковим знаком, зменшення позиції – червоним кольором, збільшення – зеленим.

Джерело: складено автором за даними [4, 5, 6, 7]

збитки як у туристичній, так і в суміжних галузях країни.

На відміну від Ізраїлю, статистика в'їзду іноземців в Україну відображає етапи збройної агресії РФ та відсутність зростання галузі, характерне для світу у 2022 р. (рис. 6).

Ізраїльський сценарій демонструє можливість поступового відновлення в'їзного туризму під час війни за умови відкритого авіасполучення, що забезпечується потужною ІППО та військовою підтримкою США. Натомість в Україні недостатність засобів протиповітряного захисту унеможливило відкриття

Порівняльна динаміка світового ринку туристичних послуг (2019–2023 рр.)

Макрорегіон / Країна	Динаміка прибуттів	Зміна доходів	Ключові чинники впливу
Азійсько-Тихоокеанський	Суттєве падіння	Скорочення на 25–50%	Жорсткі COVID-обмеження; Таїланд (-1/3 туристів)
Близький Схід (ОАЕ, Саудівська Аравія)	Зростання (+10–15 поз. у рейтингу)	+58%	Диверсифікація економіки, інвестиції в інфраструктуру
Європа (Західна та Південна)	Стабілізація	Приріст +22%	Енергокриза, інфляція, проблема <i>overtourism</i>
Америка (США)	Зниження	Скорочення	Повільне відновлення в'їзного потоку
Канада, Мексика	Падіння (-10%)	Зростання	Підвищення вартості та маржинальності послуг
Україна	Падіння у 5 разів	Критично	Повномасштабна агресія РФ, безпекові ризики

Джерело: складено автором за даними табл. 1

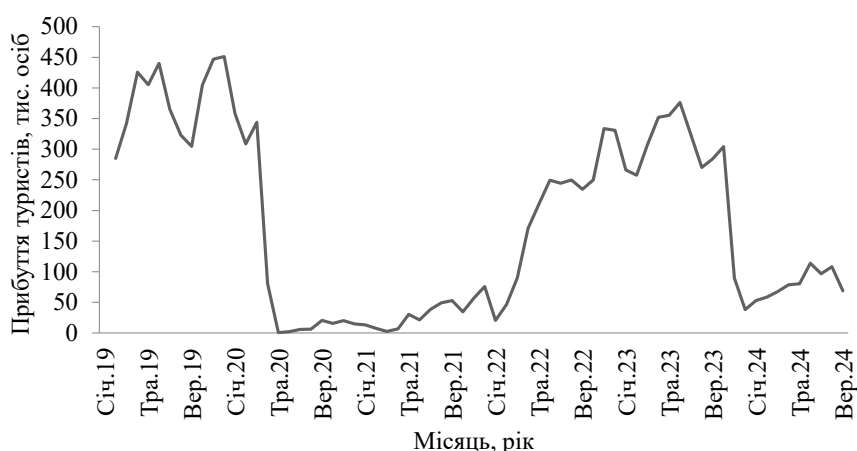


Рис. 5. Щомісячні прибуття в Ізраїль з 2019 по 2024 роки, тис. осіб

Джерело: складено автором за даними [17]

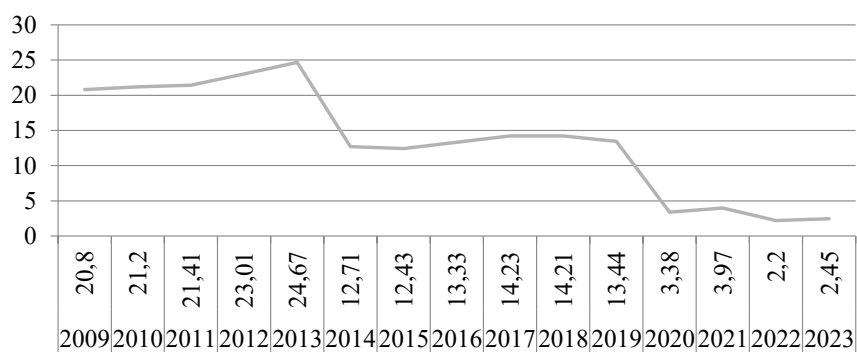


Рис. 6. Міжнародні прибуття в Україну, млн. осіб в 2009-2023 рр².

Джерело: складено автором за даними [18, 19]

неба. Відтак, відновлення вітчизняного туризму критично залежить від геополітичної ситуації та глибини взаємодії з НАТО у стримуванні російської агресії.

Вплив затяжних конфліктів ілюструє порівняльний кейс Афганістану та Узбекистану. В Афганістані туристична галузь деградувала за 20 років

війни: піковий дохід склав лише 179 млн дол. США у 2013 р. Натомість Узбекистан, попри спільний кордон та ідентичні умови (відсутність виходу до океану, схожа площа, акцент на історико-культурну спадщину), демонструє значно вищі надходження завдяки тривалій політичній стабільності (рис. 7).

¹ Державні органи України не надають даних про в'їзд іноземців у зв'язку з військовим станом, тому дані за 2022 та 2023 роки наведено з альтернативних джерел.

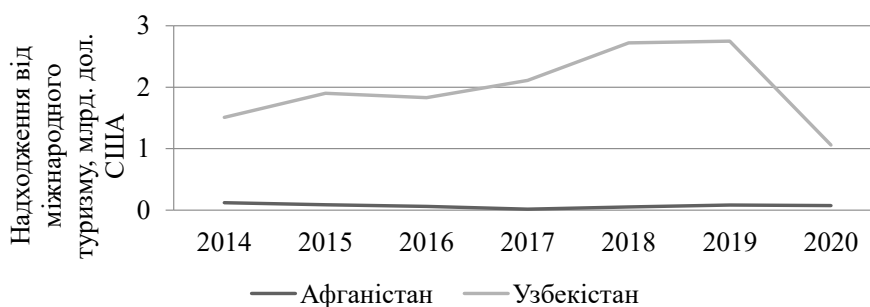


Рис. 7. Порівняння надходжень від міжнародного туризму в Афганістані і Узбекистані в 2014–2020 роках³

Джерело: складено автором за даними Світового банку [20]

Пандемія COVID-19 стала безпрецедентним викликом, спричинивши скорочення міжнародних прибуттів на 72% у перший же рік. Масові обмеження пересування паралізували галузь на рівні, небаченому з середини ХХ ст. Найбільшого удару зазнали світові туристичні столиці (Барселона, Париж, Рим), де висока концентрація туристів зумовила пікові показники захворюваності на початку кризи. Попри те, що жоден геополітичний чи природний катаклізм повоєнного періоду не мав подібних наслідків, уже у 2024 р. світові доходи від туризму повернулися до рівня 2019 р., а в окремих регіонах – перевищили його. Така динаміка підтверджує високу резистентність галузі та її адаптивність до глобальних викликів.

Незважаючи на потенціал економічної конвергенції та уніфікації ринку через спільні стандарти, сучасні геополітичні реалії та інституційні шоки стимулюють зворотний процес – структурну поляризацію та перерозподіл капіталу між антагоністичними таборами.

Висновки. В світлі широковимірного заострення взаємовідносин між країнами Глобальної Півночі та Півдня актуалізується питання геополітичної домінанти – яка являє собою складну глобальну систему взаємодії націй та формує

передумови для функціонування світової торгівлі туристичними послугами з урахуванням інтересів та принципів взаємовигідного співробітництва. Часи, коли стійке зростання та розвиток туристичної галузі було перевагою демократій з високорозвиненою економікою, вочевидь вже минають. Спостерігається тенденція до адаптації ринкових умов і світова туристична галузь починає масштабуватись за рахунок авторитарних суспільств, які переважають серед країн Глобального Півдня.

В дослідженні встановлено, що структурна поляризація світового ринку туристичних послуг є не лише наслідком економічних відмінностей, а й прямою реакцією на кумулятивний ефект геополітичних домінант та інституційних шоків (пандемія, воєнні конфлікти). Цей механізм виражений у стійкому перерозподілі туристичних потоків та інвестицій від високоризикових регіонів до стабільних макродестинацій, посилюючи поділ на «Глобальну Північ» та «Глобальний Південь» у сфері туристичного капіталу. Узагальнюючи, стійкість світової туристичної індустрії в майбутньому залежатиме від здатності інституцій адаптуватися до умов багатопольярного світу, де безпекові параметри та геополітична стабільність стають базовою передумовою міжнародної торгівлі послугами.

Список використаних джерел:

1. Unctad. (2024). UNCTADStat – classifications. United Nations. URL: <https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html>
2. T. Obolenska et al. Features of the Development of International Trade in Tourist Services / *Economics Ecology Socium*. 2024. Vol. 8, no. 3. P. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>
3. International Tourism Highlights, 2024 Edition. UN Tourism. Madrid: World Tourism Organization, 2024. 62 p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284425808>.
4. Global and regional tourism performance. UN Tourism Tracker. 2024. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
5. Croatia registers 20.6m tourist arrivals and 108m overnight stays in 2023. Croatia Ministry of Tourism and Sport. 2024. URL: <https://mint.gov.hr/news-11455/croatia-registers-20-6m-tourist-arrivals-and-108m-overnight-stays-in-2023/23697>
6. Annual Report 2023-24. India Ministry of Tourism. 2024. URL: https://tourism.gov.in/sites/default/files/2024-08/MOT%20Annual%20Report_2023-24_English%20Final.pdf
7. Singapore's tourism sector posts strong recovery in 2023, exceeds forecasts for tourism receipts. Singapore Tourism Board. 2024. URL: <https://www.stb.gov.sg/about-stb/media-publications/media-centre/singapore-s-tourism-sector-posts-strong-recovery-in-2023--exceeds-forecasts-for-tourism-receipts/>

¹ Репрезентативна цінність даних 2021–2024 років є занадто низькою, враховуючи період відновлення після пандемії Covid-19.

8. 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. UNWTO. Madrid: World Tourism Organization, 2018. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
9. World Urbanization Prospects: The 2018 Revision. Report / United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. New York : United Nations, 2019. 126 p. URL: <https://population.un.org/wup/assets/WUP2018-Report.pdf>
10. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації : монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д. О., 2016. 305 с.
11. І. С. Журба, І. В. Несторишен. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку / *Держава та інновації у менеджменті*. 2023. Вип. 1. С. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))
12. Г. Михайліченко, А. Клімова. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії / *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. Вип. 2. С. 21–37. DOI: [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(109\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(109)02)
13. Економіка та менеджмент міжнародного туризму / В. В. Джинджоян та ін. : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2024. 376 с.
14. Tourism Demand in the Face of Geopolitical Risk: Insights From a Cross-Country Analysis / E. Papagianni et al. *Journal of Travel Research*. 2024. Vol. 63, no. 8. P. 2094–2119. DOI: <https://doi.org/10.1177/00472875231206539>
15. Four Decades of Sustainable Tourism Research: Trends and Future Research Agendas / A. K. Agarwal et al. *Journal of Tourism Research*. 2024. Vol. 28, no. 1. P. 1–25. DOI: <https://doi.org/10.33979/jotr.2024.28.01.01>
16. Digitalization of Business Operations and Corporate Response to Geopolitical Risk / A. G. S. Grewal, A. B. Chaudhuri. *NBER Working Paper Series*. 2023. No. 31358. DOI: <https://doi.org/10.3386/w31358>
17. Statistical data of tourist entries to Israel. Ministry of Tourism of Israel. 2024. URL: <https://www.gov.il/en/pages/visitors-and-tourists-2023>
18. World Tourism Barometer. UN Tourism. 2024. Vol. 22, is. 2. DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
19. Олійник А. В., Діченко Д. Ю. Туристичний ринок України: аналіз, виклики та можливості. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-64>
20. World Bank Open Data. World Bank. 2024. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=UZ-AF>
21. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. UN Tourism. 2024. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

References:

1. Unctad. (2024). *UNCTADStat – classifications*. United Nations. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html>
2. Obolenska, T. et al. (2024). Features of the development of international trade in tourist services. *Economics Ecology Sociology*, 8(3), pp. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>
3. World Tourism Organization. (2024). International tourism highlights, 2024 edition. UN Tourism. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284425808>
4. UN Tourism. (2024). *Global and regional tourism performance*. UN Tourism Tracker. Available at: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
5. Croatia Ministry of Tourism and Sport. (2024). *Croatia registers 20.6m tourist arrivals and 108m overnight stays in 2023*. Available at: <https://mint.gov.hr/news-11455/croatia-registers-20-6m-tourist-arrivals-and-108m-overnight-stays-in-2023/23697>
6. India Ministry of Tourism. (2024). *Annual report 2023-24*. Available at: https://tourism.gov.in/sites/default/files/2024-08/MOT%20Annual%20Report_2023-24_English%20Final.pdf
7. Singapore Tourism Board. (2024). *Singapore's tourism sector posts strong recovery in 2023, exceeds forecasts for tourism receipts*. Available at: <https://www.stb.gov.sg/about-stb/media-publications/media-centre/singapore-s-tourism-sector-posts-strong-recovery-in-2023--exceeds-forecasts-for-tourism-receipts/>
8. World Tourism Organization. (2018). 'Overtourism'? – Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. UNWTO. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
9. United Nations. (2019). *World urbanization prospects: The 2018 revision. Report*. Department of Economic and Social Affairs. Available at: <https://population.un.org/wup/assets/WUP2018-Report.pdf>
10. Horina, H. O. (2016). *Rynek turystycznych poslug: upravlinnia rozvytkom v umovakh prostоровoi poliaryzatsii: monohrafiia* [Tourist services market: development management under conditions of spatial polarization: monograph]. Kryvyi Rih: Vydavets «FOP Cherniavskiy D. O.», 305 p. (in Ukrainian)
11. Zhurba, I. Ye., & Nestoryshen, I. V. (2023). Analiz pokaznykiv industrii turyzmu v Ukraini ta sviti: problemy ta perspektyvy rozvytku [Analysis of tourism industry indicators in Ukraine and the world: problems and prospects for development]. *Derzhava ta innovatsii u menedzhmentі – State and Innovations in Management*, (no. 1), pp. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))
12. Mykhailichenko, H., & Klimova, A. (2020). Svitovyi turystychnyi rynek: transformatsii pislia pandemii [World tourism market: transformations after the pandemic]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo – Foreign Trade: Economics, Finance, Law*, (no. 2), pp. 21–37. DOI: [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(109\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(109)02)
13. Dzhyndzhoyan, V. V., Korniev, M. V., Khodak, O. V., & Nebaba, N. O. (2024). *Ekonomika ta menedzhment mizhnarodnoho turyzmu: navchalnyi pidruchnyk* [Economics and management of international tourism. Educational manual]. Kyiv: Vydavnytstvo «Karavela», 376 p. (in Ukrainian)

14. Papagianni, E., Evgenidis, A., Tsagkanos, A., & Megalooikonomou, V. (2024). Tourism demand in the face of geopolitical risk: Insights from a cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 63 (no. 8), pp. 2094–2119. DOI: <https://doi.org/10.1177/00472875231206539>
15. Agarwal, A. K., et al. (2024). Four decades of sustainable tourism research: Trends and future research agendas. *Journal of Tourism Research*, 28 (no. 1), pp. 1–25. DOI: <https://doi.org/10.33979/jotr.2024.28.01.01>
16. Grewal, A. G. S., & Chaudhuri, A. B. (2023). Digitalization of business operations and corporate response to geopolitical risk. *NBER Working Paper Series*, (no. 31358). DOI: <https://doi.org/10.3386/w31358>
17. Ministry of Tourism of Israel. (2024). *Statistical data of tourist entries to Israel*. Available at: <https://www.gov.il/en/pages/visitors-and-tourists-2023>
18. World Tourism Organization. (2024). *World tourism barometer*, 22(is. 2). UN Tourism. DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
19. Oliinyk, A., & Dichenko, D. (2023). Turystychnyi rynek Ukrainy: analiz, vyklyky ta mozhyvosti [Ukrainian tourism market: analysis, challenges, and opportunities]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economics and Society*, (is. 50). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-64>
20. World Bank. (2024). *World Bank open data*. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=UZ-AF>
21. UN Tourism. (2024). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism*. Available at: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

GEOPOLITICAL DOMINANTS AND STRUCTURAL POLARIZATION OF THE GLOBAL TOURIST SERVICES MARKET UNDER CONDITIONS OF CRISIS SHOCKS

Summary. The profound relevance of analyzing the global tourist services market is underscored by the intensifying geopolitical fragmentation and the increasing frequency of institutional shocks that redefine the modern economic landscape. In an era where international stability is no longer a constant, the tourism industry acts as a sensitive barometer for broader socio-political shifts, necessitating a comprehensive re-evaluation of its structural organization. This study addresses the urgent need to understand how global dominants influence the redistribution of capital and human flows, creating a distinct polarization between different macro-regions. The discussion centers on the conceptual framework of market transformation, where the traditional boundaries of the industry are being reshaped by exogenous factors that transcend simple economic cycles. The discourse explores the complex interaction between systemic crises, such as global health emergencies and large-scale military conflicts, and their role as catalysts for long-term structural changes. It examines the vulnerability of regional markets to security threats and the resulting shifts in travel behavior and destination preferences on a global scale. Special attention is given to the ideological and political divides that reinforce the separation between the Global North and the Global South, creating new challenges for international trade in services. The paper deliberates on the necessity of developing adaptive strategies that can withstand the cumulative effects of such shocks, focusing on the potential of digital transformation. Furthermore, the conversation extends to the strategic importance of integrating advanced technologies, including artificial intelligence and data-driven analytics, to enhance the operational resilience of market participants. The study discusses the imperative of institutionalizing environmental, social, and governance standards to address the growing concerns of overtourism and urban sustainability. By examining the limits of destination capacity and the need for sophisticated risk management systems, the author seeks to frame a new paradigm for sustainable growth. The narrative emphasizes that the future of international tourism depends on the ability of institutions to navigate geopolitical volatility while maintaining a balance between economic interests and the preservation of socio-cultural environments in a rapidly changing world.

Keywords: polarization, international tourism, digitalization, risk management, Global North, Global South, institutionalization, diversification, trade, overtourism.

Дата надходження статті: 20.01.2026

Дата прийняття статті: 19.02.2026

Дата публікації статті: 09.03.2026