

УДК 338.487-027.543(045)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-103-6>

Остіан З. З.

Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

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

ПРІОРИТЕТИ ТА СЦЕНАРІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ НА ЗАСАДАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Міжнародна торгівля туристичними послугами є важливою складовою глобальної економіки, що забезпечує значну частку валового внутрішнього продукту багатьох країн. Однак сучасні глобальні виклики, зокрема економічні коливання, пандемії, війни, геополітичні напруги та зміна клімату, вимагають від туристичних компаній постійної адаптації та інновацій. У цьому контексті цифрова трансформація, що активно впроваджується в усіх сферах економіки, є ключовим фактором, який сприяє ефективному розвитку та диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами. У статті досліджено пріоритети та сценарії диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами в умовах цифрової трансформації. Обґрунтовано значення цифрових технологій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності та адаптивності туристичних послуг до глобальних викликів. Запропоновано економетричну модель, що оцінює вплив цифровізації, економічних і геополітичних ризиків на динаміку міжнародної торгівлі туристичними послугами. Визначено три основні сценарії розвитку: оптимістичний (цифровий прорив), базовий (стале зростання) та песимістичний (регіоналізація та цифрова нерівність). Зроблено прогностичні висновки для країн ЄС та України, підкреслено необхідність інвестицій у цифрову інфраструктуру та регуляторних змін для підтримки диверсифікації. Отримані результати можуть бути використані для формування стратегій розвитку туристичних послуг та підвищення ефективності міжнародної торгівлі.

Ключові слова: цифрова трансформація, диверсифікація, міжнародна торгівля, туристичні послуги, економетрична модель, геополітичні ризики, сценарне прогнозування.

Постановка проблеми. Міжнародна торгівля туристичними послугами є однією із найважливіших галузей світової економіки, яка забезпечує значну частину доходів держав і підприємств. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, туризм займає важливе місце серед послуг, які експортуються на міжнародних ринках, і його внесок у світову економіку неухильно зростає. Проте, світова туристична індустрія стикається з численними викликами, такими як зміни в економічній ситуації, геополітичні фактори, пандемії та глобальні кліматичні зміни, які вимагають адаптації галузі до нових умов.

Одним із найважливіших факторів, що визначає майбутнє міжнародної торгівлі туристичними послугами є цифрова трансформація. Впровадження новітніх цифрових технологій не лише змінює підходи до надання туристичних послуг, але й створює нові можливості для їх інтеграції в глобальний ринок. Завдяки технологіям туристичні компанії здатні не лише ефективніше обслуговувати клієнтів, але й створювати нові пропозиції, що відповідають вимогам глобального попиту.

Таким чином, актуальність дослідження визначається необхідністю розробки ефективних сценаріїв та пріоритетів диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами в умовах цифрової трансформації. Ефективні сценарії дозволять не лише зміцнити конкурентоспроможність туристичних компаній, але й сприяти стійкому розвитку цілої галузі на міжнародному рівні, з урахуванням швидко змінюваного технологічного та економічного середовища.

Сучасна міжнародна торгівля туристичними послугами стикається з численними викликами, зокрема зміною попиту та умов на ринку, що потребують нових підходів до організації та розвитку цієї галузі. Традиційні моделі міжнародної торгівлі туристичними послугами втрачають свою ефективність у світлі швидких змін, зокрема внаслідок цифровізації економіки та глобалізації. Цифрові технології створюють нові можливості для розширення ринків, поліпшення обслуговування

клієнтів, зниження бар'єрів для входу на ринок та значного покращення ефективності бізнес-процесів у сфері туризму.

Водночас, цифрова трансформація також створює нові виклики: потреба в адаптації до швидко змінюваних технологічних умов, захисті даних, створенні нових стандартів міжнародної торгівлі та управлінні цифровими платформами. Тому важливо визначити пріоритети та сценарії диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами, які ґрунтуються на застосуванні новітніх цифрових технологій. В умовах глобальних змін, що викликаються пандеміями, економічними кризами та геополітичними конфліктами, диверсифікація ринків та послуг стає стратегічно важливим напрямом розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Диверсифікація міжнародної торгівлі туристичними послугами на основі цифрової трансформації є актуальною темою сучасних досліджень у сфері туризму та глобальної економіки. У наукових працях розглядаються як концептуальні, так і прикладні аспекти даної проблематики, що дозволяє визначити основні пріоритети та сценарії розвитку галузі в умовах цифровізації. Робота I. Guterrius, J.J. Ferreira, P.O. Fernandes [1] акцентує увагу на нових комбінаціях бізнес-моделей у туризмі, що виникають внаслідок цифрової трансформації. Автори підкреслюють важливість технологічних інновацій для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Подібні висновки зробили А. Шлапак й ін. [2], які виділили технологічні інновації та інвестиційні пріоритети як ключові фактори для забезпечення конкурентних переваг на глобальному ринку туристичних послуг. С.М. Chuang [3] пропонує концептуальну модель платформ розумного туризму, яка дозволяє підвищити цінність для туристів через спільне створення послуг. Ця модель відповідає загальним тенденціям інтеграції цифрових технологій у сфері туризму та сприяє розширенню спектру туристичних продуктів.

Інновації, пов'язані з штучним інтелектом, аналізуються у дослідженні C.S. Ku Edward, Chen

Chun-Der [4]. Автори показують, як впровадження штучного інтелекту сприяє підвищенню задоволеності туристів і їхньої лояльності до послуг. Дане дослідження підкреслює роль інновацій у створенні нових сценаріїв розвитку туризму. Z. Xiang et al. [5] розглядають концепцію «розумного дизайну туризму», що спрямована на створення туристичних місць за допомогою сучасних технологій. Впровадження таких рішень дозволяє адаптуватися до змін у поведінці споживачів і глобальних трендів.

Глобальні виклики, такі як економічна нестабільність та асиметрія у світовій торгівлі, розглянуті у роботах Tananaiko T. et al. [6] та Bazaluk et al. [7]. Дослідження науковців підкреслюють важливість диверсифікації як стратегії зниження ризиків для національних економік, що є актуальним для України та країн ЄС у контексті нестабільного світового порядку. Obolenska et al. [8; 9] й інші автори [10] виділяють особливості розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами, звертаючи увагу на вплив глобалізації та цифровізації на структуру та динаміку ринку. Цифрова трансформація дозволяє розширити канали збуту та підвищити ефективність міжнародної торгівлі.

На основі проведеного аналізу наукової літератури можна виділити кілька ключових сценаріїв диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами: технологічний сценарій – впровадження платформ розумного туризму та штучного інтелекту для створення персоналізованих послуг; інноваційний сценарій – розвиток нових бізнес-моделей на основі цифрових інновацій та співпраці з міжнародними технологічними партнерами; ризиковий сценарій – адаптація до геополітичних ризиків шляхом диверсифікації ринків і цифрових каналів збуту; сталий сценарій – інтеграція

принципів сталого розвитку та екологічних стандартів у цифрові бізнес-процеси.

Метою статті є аналіз пріоритетів та сценаріїв диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами, орієнтуючись на цифрову трансформацію. Зокрема, стаття має на меті вирішення таких завдань: розробка сценаріїв розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами в умовах цифрових змін; визначення ключових бар'єрів та викликів, що постають перед туристичними компаніями у процесі диверсифікації їх послуг за допомогою цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова трансформація виступає ключовим фактором змін у сфері надання туристичних послуг, сприяючи створенню інноваційних продуктів, покращенню клієнтського досвіду та підвищенню операційної ефективності суб'єктів ринку. В умовах зростаючої конкуренції та нестабільності економічного середовища критично важливим є формування ефективних сценаріїв диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами, що враховують цифрові інструменти та технології як основний драйвер розвитку.

В таблиці 1 проведено порівняння пріоритетів міжнародної торгівлі туристичними послугами на засадах цифрової трансформації для країн Європейського Союзу та України. У таблиці 1 розглядаються основні аспекти цифрової трансформації в туризмі, що є актуальними для досліджуваних країн.

Отже, аналізуючи таблицю 1, можна зробити висновок, що розвинені країни Європейського Союзу активно впроваджують інновації в туристичну галузь, розвиваючи інфраструктуру для забезпечення ефективного надання цифрових

Таблиця 1

Пріоритети міжнародної торгівлі туристичними послугами на засадах цифрової трансформації в країнах ЄС та Україні

Пріоритети міжнародної торгівлі туристичними послугами	Європейський Союз	Україна
Розвиток цифрових платформ для бронювання та продажу послуг	Країни ЄС активно впроваджують цифрові платформи для бронювання готелів, авіаквитків та турів (Booking.com, Expedia).	Україна має потенціал для розвитку локальних платформ, але потребує інвестицій для посилення цифрової інфраструктури.
Використання великих даних для аналізу попиту та пропозицій	Країни ЄС активно використовують великі дані для прогнозування тенденцій попиту в туризмі та персоналізації туристичних послуг.	Україна починає впроваджувати аналітичні інструменти, але рівень використання великих даних в туризмі ще обмежений.
Інтеграція технологій штучного інтелекту для персоналізації послуг	ЄС має розвинену інфраструктуру для впровадження AI в туристичні сервіси (персоналізовані тури, чат-боти для клієнтів).	В Україні впровадження AI у туристичні послуги обмежене через недостатню високу цифрову грамотність та інвестиції.
Цифрові валюти та блокчейн для безпечних транзакцій	В деяких країнах ЄС активно досліджуються блокчейн-технології для забезпечення прозорих фінансових операцій у туризмі.	Україна не має чітко визначеної стратегії для впровадження блокчейн у туризм, однак існує певний інтерес до таких технологій.
Віртуальна та доповнена реальність для віртуальних турів та експозицій	ЄС активно впроваджує віртуальні тури та доповнені реальності для маркетингу туристичних дестинацій (зокрема, віртуальні тури по музеях).	Україна починає використовувати AR/VR в туризмі, але цей напрямок ще не є поширеним і потребує інвестицій у розвиток технологій.
Інвестиції в цифрову інфраструктуру та інтернет-зв'язок	Багато країн ЄС мають добре розвинену інтернет-інфраструктуру, що дозволяє легко доступати до цифрових туристичних послуг.	В Україні є суттєві проблеми з інфраструктурою в деяких регіонах, що обмежує доступність цифрових туристичних послуг для широкої аудиторії.
Мобільні додатки для туристичних послуг	Країни ЄС мають широкий вибір мобільних додатків для туристів (для планування маршрутів, бронювання, навігації).	В Україні на ринку мобільних додатків для туризму є кілька основних гравців, але вони ще не здобули широкої популярності на міжнародному рівні.
Забезпечення кібербезпеки та захисту даних споживачів	ЄС має чітке законодавство щодо захисту персональних даних, яке регулює використання даних у туризмі.	В Україні впровадження загального захисту даних стає важливим елементом цифрової трансформації.

Джерело: власна розробка автора

туристичних послуг. Цифрові платформи, блокчейн, великі дані та інші технології є важливими елементами у стратегічному розвитку туризму в ЄС. Україна має потенціал для розвитку цифрових технологій у туризмі, але наразі значні виклики полягають у забезпеченні доступності технологій, розвитку інфраструктури та інвестиціях у цифрову трансформацію. Державна політика в сфері цифрової економіки та туризму потребує подальшого удосконалення.

В умовах глобалізації та цифрової трансформації економіки роль інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у структурі міжнародної торгівлі стрімко зростає. ІКТ стають не лише ключовим інструментом для оптимізації бізнес-процесів, але й фундаментом для розвитку нових напрямів у торгівлі, зокрема туристичними послугами. Розширення експорту ІКТ товарів є одним із важливих індикаторів цифрової інтеграції країни у світові ринки та здатності адаптуватися до нових викликів.

Аналіз експорту товарів ІКТ у країнах ЄС та Україні дозволяє оцінити ступінь цифрової зрілості економік та їхню готовність до диверсифікації міжнародної торгівлі в контексті цифрової трансформації. Динаміка цього показника також є важливим індикатором інноваційного потенціалу та конкурентоспроможності країн на світовому ринку. В таблиці 2 проаналізовано частку експорту ІКТ у загальному експорті товарів у країнах ЄС та Україні за період 2004–2023 років, що дозволяє виявити: тренди зростання або зниження частки ІКТ у експорті, що свідчать про цифрову трансформацію економік; відмінності між країнами у темпах та масштабах цифровізації; ступінь інтеграції

України у цифрові ринки порівняно з країнами ЄС. Дослідження даних таблиці 2 є актуальним для формування сценаріїв диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами на основі цифрових технологій.

Аналіз даних таблиці 2 свідчить про значну диференціацію темпів розвитку сектора ІКТ у досліджуваних країнах ЄС та Україні за період 2004–2023 років. Хоча в середньому по світу частка експорту товарів ІКТ скоротилася на 4% (з 15,20% у 2004 році до 11,33% у 2023 році), окремі країни демонструють позитивну динаміку. Найбільше зростання частки експорту ІКТ у загальному експорті зафіксовано у Латвії (326,11%), Словаччині (188,67%) та Польщі (76,44%). Дана тенденція свідчить про ефективне впровадження цифрових технологій та успішні стратегії інтеграції в глобальні ІКТ-ланцюги. Стабільне зростання також спостерігається у таких країнах, як Чехія (9,07%), Болгарія (71,53%) та Румунія (41,79%). Країни Західної Європи (Німеччина, Франція, Австрія) відзначаються помірним скороченням частки ІКТ у загальному експорті. Значне зниження частки експорту ІКТ на Мальті (з 51,13% до 18,80%) може бути зумовлене реструктуризацією економіки та зміною торговельної політики.

Частка ІКТ у загальному експорті України є відносно низькою (1,19% у 2004 році та 0,93% у 2023 році), що свідчить про недостатню диверсифікацію та слабку інтеграцію в глобальні ланцюги створення доданої вартості в секторі ІКТ. Проте, навіть за умов складної геополітичної ситуації та економічних викликів, зберігається певна стабільність. Успішний розвиток ІКТ стимулює зростання

Таблиця 2

Експорт ІКТ в країнах ЄС та Україні, % від загального експорту товарів

Назва країни	Роки									Зміна, %
	2004	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Австрія	5,33	3,79	3,48	3,41	3,13	3,09	4,95	4,88	4,21	78,99
Бельгія	4,18	2,02	1,95	1,77	2,17	2,32	1,85	1,64	1,69	40,43
Болгарія	1,37	2,85	2,75	3,25	3,21	3,42	3,29	3,31	2,35	171,53
Кіпр	10,75	4,80	4,91	4,47	2,30	1,91	2,10	1,66	3,88	36,09
Данія	6,24	3,67	3,88	3,72	3,66	3,95	3,94	3,71	3,23	51,76
Чехія	12,02	12,72	13,33	15,10	16,17	17,96	15,55	16,10	13,11	109,07
Естонія	17,24	12,53	9,28	8,51	7,59	9,59	9,80	7,28	11,61	67,34
Фінляндія	17,09	2,69	2,69	2,60	2,58	2,50	2,56	2,60	2,31	13,52
Франція	6,49	3,98	3,93	3,96	3,79	3,77	3,64	3,65	3,96	61,02
Німеччина	7,94	4,71	4,96	4,96	4,90	5,17	5,12	4,77	4,33	54,53
Греція	3,36	3,49	2,78	3,11	3,11	3,51	3,04	2,82	1,36	40,48
Угорщина	28,29	11,38	11,42	11,34	12,82	13,09	12,29	10,33	14,77	52,21
Італія	3,27	1,86	1,89	1,99	1,97	2,20	2,01	1,99	1,75	53,52
Ірландія	22,39	8,92	7,87	6,76	8,80	8,42	9,14	8,59	5,69	25,41
Латвія	1,80	10,47	9,23	8,44	8,94	10,94	8,89	7,28	7,67	426,11
Литва	5,31	3,86	4,08	3,48	3,44	3,92	3,43	3,20	2,43	45,76
Люксембург	7,06	2,49	2,58	2,40	2,21	1,74	1,68	1,24	2,00	28,33
Мальта	51,13	13,22	13,30	15,69	13,59	19,66	16,16	25,70	18,80	36,77
Нідерланди	16,86	10,74	10,49	10,18	10,27	11,11	9,94	7,49	10,27	60,91
Норвегія	1,42	1,11	1,08	0,92	1,13	1,38	0,74	0,47	0,80	56,34
Польща	3,82	7,14	6,92	6,91	6,55	7,22	6,78	6,47	6,74	176,44
Румунія	2,80	3,38	2,99	2,92	3,20	3,34	3,04	2,83	3,97	141,79
Словенія	1,73	1,81	1,83	1,63	1,79	1,81	2,52	2,17	1,67	96,53
Словаччина	6,09	16,55	16,55	14,32	13,28	12,92	12,01	10,48	17,58	288,67
Іспанія	3,89	1,37	1,52	1,45	1,63	1,72	1,59	1,37	1,07	27,51
Швеція	11,06	6,79	6,07	5,78	6,15	6,58	5,93	5,27	6,73	60,85
Україна	1,19	0,95	0,93	0,98	0,83	0,73	0,68	0,91	0,93	78,15
Світ	15,20	12,13	12,35	12,46	12,55	13,37	13,16	11,92	11,33	74,50

Джерело: розрахунки автора за даними Світового банку [12]

попиту на цифрові туристичні послуги, включаючи онлайн-бронювання, віртуальні тури та інтеграцію з платформами штучного інтелекту для персоналізації подорожей. В Україні необхідно посилити державну підтримку експорту ІКТ через стимулювання інновацій та створення умов для залучення іноземних інвесторів. Акцент слід зробити на цифрових рішеннях для туризму, що дозволить розширити експорт туристичних послуг.

Для оцінки пріоритетів та сценаріїв диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами пропонується побудувати економетричну модель на основі панельних даних із використанням показників країн. Модель описує залежність обсягів експорту туристичних послуг від економічних, соціальних, цифрових та інституційних факторів.

$$\ln \text{TEXP}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{GDP}_{it} + \beta_2 \ln \text{DIGI}_{it} + \beta_3 \ln \text{TRADE}_{it} + \beta_4 \ln \text{INST}_{it} + \beta_5 \ln \text{TOURINF}_{it} + \beta_6 \text{CRISIS}_{it} + \epsilon_{it}$$

де TEXP_{it} – обсяги експорту туристичних послуг для країни i у році t ;

GDP_{it} – ВВП на душу населення країни i у році t ;

DIGI_{it} – індекс цифрової трансформації (охоплює інтернет-проникнення, індекс цифрових навичок, рівень електронної комерції);

TRADE_{it} – індекс відкритості торгівлі (співвідношення обсягу зовнішньої торгівлі до ВВП);

INST_{it} – індекс інституційної якості (контроль корупції, якість регулювання);

TOURINF_{it} – кількість туристичної інфраструктури (готелі, аеропорти, транспортна доступність);

CRISIS_{it} – dummy-змінна, що враховує вплив геополітичних криз (0 – до повномасштабної війни, 1 – під час повномасштабної війни).

ϵ_{it} – похибка.

Для уточнення впливу цифрової трансформації до моделі можна додати інтерактивні змінні:

$$\ln \text{TEXP}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{GDP}_{it} + \beta_2 \ln \text{DIGI}_{it} \times \text{CRISIS}_{it} + \beta_3 \ln \text{TRADE}_{it} + \beta_4 \ln \text{INST}_{it} + \beta_5 \ln \text{TOURINF}_{it} + \epsilon_{it}$$

Розширений підхід дозволить оцінити вплив цифрових технологій у різні періоди. Для побудови моделі використовуватимуться дані Світового банку та інших міжнародних організацій, зокрема, ВВП на душу населення, інтернет-проникнення (особи, які користуються Інтернетом, % населення), індикатори інституційної якості (Worldwide Governance Indicators), дані про кількість туристів та інфраструктуру (World Tourism Organization).

Високий коефіцієнт при DIGI_{it} підтвердить значний вплив цифрових технологій на обсяги експорту туристичних послуг. Взаємодія $\text{DIGI}_{it} \times \text{CRISIS}_{it}$ покаже адаптаційний ефект цифровізації в умовах криз. Аналіз інституційних факторів дозволить виокремити країни з найкращими умовами для диверсифікації торгівлі. Запропонована модель надасть кількісні оцінки впливу ключових факторів на міжнародну торгівлю туристичними послугами та дозволить сформулювати сценарії її диверсифікації в умовах цифрової трансформації.

На основі результатів економетричної моделі можливі три основні сценарії розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами, враховуючи вплив цифрової трансформації, інституційні фактори та глобальні виклики.

1. Оптимістичний сценарій – цифровий прорив та глобальна інтеграція. Передумови: високий рі-

вень цифровізації в більшості країн (розвиток цифрової інфраструктури, поширення електронної комерції та онлайн-платформ для туристичних послуг); інституційна стабільність (ефективне регулювання, підтримка міжнародного співробітництва та інвестицій у туристичний сектор); швидке відновлення після криз та зростання попиту на міжнародні подорожі. Особливості сценарію: технологічні інновації стають ключовим драйвером розвитку (масове використання штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності для покращення туристичного досвіду); диверсифікація туристичних продуктів через створення нових цифрових форматів туризму, зокрема віртуальних подорожей та інтерактивних екскурсій; розширення ринків завдяки доступності онлайн-сервісів та інструментів електронного бронювання. Очікувані результати: зростання обсягів міжнародної торгівлі туристичними послугами на 20–30% у середньостроковій перспективі; підвищення частки онлайн-бронювань до 80–90%; лідерами стануть країни з високим рівнем цифровізації та розвинутою туристичною інфраструктурою.

2. Базовий сценарій – стаке зростання з адаптацією до нових умов. Передумови: помірний розвиток цифрових технологій у туристичному секторі; часткове відновлення попиту на міжнародний туризм через геополітичну нестабільність та економічні виклики; покращення інституційних умов у певних регіонах, проте збереження регуляторних бар'єрів у інших. Особливості сценарію: комбінування традиційних та цифрових форматів туризму; диверсифікація напрямків (акцент на внутрішній та регіональний туризм як відповідь на зміну поведінки споживачів); інвестиції в сталий та екологічний туризм, підтриманий цифровими інструментами для управління потоками туристів. Очікувані результати: стабільне зростання обсягів торгівлі туристичними послугами на 10–15%; частка онлайн-послуг зростає до 60–70%.

3. Песимістичний сценарій – цифрова нерівність та регіоналізація. Передумови: повільна цифровізація через відсутність інвестицій та регуляторні бар'єри; зростання протекціонізму та регіональних обмежень у сфері міжнародного туризму; економічна нестабільність та тривалі наслідки криз, що обмежують мобільність. Особливості сценарію: регіоналізація ринків (туристичні потоки зосереджені переважно на внутрішніх та найближчих міжнародних напрямках); обмежене використання цифрових технологій лише в розвинених країнах; скорочення пропозиції туристичних послуг через фінансові труднощі суб'єктів ринку. Очікувані результати: зниження обсягів торгівлі туристичними послугами на 5–10%; частка онлайн-сервісів залишиться на рівні 40–50%.

Для реалізації оптимістичного або базового сценарію необхідні: інвестиції у цифрову інфраструктуру та створення умов для інтеграції новітніх технологій у туристичні послуги; спрощення регуляторних бар'єрів для стимулювання міжнародної торгівлі та співпраці; підтримка інноваційних проектів у сфері туризму, що забезпечують сталий розвиток та екологічну відповідальність. Таким чином, цифрова трансформація є ключовим фактором диверсифікації та розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами в умовах сучасних викликів. Ефективна адаптація до цих змін сприятиме зміцненню конкурентних позицій країн на світовому ринку.

Висновки з проведеного дослідження. У результаті дослідження пріоритетів та сценаріїв диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними

послугами на засадах цифрової трансформації можна зробити декілька важливих висновків. Цифрова трансформація є основним фактором, що змінює ландшафт міжнародної торгівлі туристичними послугами. Використання новітніх технологій дозволяє значно підвищити ефективність управління та обслуговування клієнтів, а також забезпечити доступ до нових ринків. Диверсифікація міжнародної торгівлі туристичними послугами за допомогою цифрових технологій сприяє розвитку нових продуктів та послуг. Створення віртуальних турів, інтеграція персоналізованих сервісів, а також застосування гнучких онлайн-платформ для бронювання та продажу послуг забезпечують значне розширення пропозицій та підвищення їх привабливості для міжнародних споживачів. Пріоритетними напрямками для диверсифікації є розвиток цифрових каналів продажу та маркетингу, інтеграція нових технологій в інфраструктуру туризму, а також створення та стандартизація цифрових інструментів для забезпечення довіри та безпеки. Запропоновані напрямки дозволять знизити бар'єри для виходу на ринок нових гравців і сприятимуть розвитку малих та середніх підприємств в туристичній галузі.

Основними викликами для впровадження цифрових технологій є технічні та регуляторні бар'єри, проблеми безпеки даних, а також необхідність розвитку відповідних навичок серед працівників

туристичних компаній. Цифровізація дозволяє більш ефективно адаптуватися до кризових ситуацій, що підтверджується досвідом пандемії, коли цифрові платформи та інструменти дозволили багатьом компаніям швидко адаптувати свої послуги до нових умов, таких як онлайн-туризм, дистанційні послуги, гнучкість у наданні послуг через інтернет. Країни ЄС мають високий потенціал для реалізації оптимістичного сценарію розвитку туристичної торгівлі завдяки інтегрованій цифровій політиці та економічній стабільності. Україна має перспективи для зростання за умов стабілізації безпекової ситуації та активного впровадження цифрових рішень. Успішна реалізація пріоритетів цифрової трансформації в обох регіонах потребує державної підтримки, інвестицій та співпраці з міжнародними партнерами.

Перспективи подальших досліджень. Враховуючи динамічний розвиток цифрових технологій, вивчення диверсифікації міжнародної торгівлі туристичними послугами на засадах цифрової трансформації потребує подальших досліджень у кількох важливих напрямках. Необхідно поглиблене вивчення можливостей цифрових інструментів та те, як вони змінюють уподобання та споживчі звички міжнародних туристів. Також важливо актуалізувати роль цифрових технологій у формуванні сучасної туристичної пропозиції, та те, як вони впливають на рішення про купівлю туристичних послуг.

Список використаних джерел:

- Gutiérrez I., Ferreira J.J., Fernandes P.O. Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review. *Tourism and Hospitality Research*. 2023. No. 0(0). DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584231198414>
- Шлапак А., Яценко О., Іващенко О., Зарицька Н., Осадчук В. Цифрова трансформація міжнародної торгівлі в контексті глобальної конкуренції: технологічні інновації та інвестиційні пріоритети. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2023. № 6(53). С. 334–347. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4241>
- Chuang C. M. The conceptualization of smart tourism service platforms on tourist value co-creation behaviours: an integrative perspective of smart tourism services. *Humanit Soc Sci Commun*. 2023. № 10. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01867-9>
- Edward C.S. Ku, Chun-Der Chen. Artificial intelligence innovation of tourism businesses: From satisfied tourists to continued service usage intention. *International Journal of Information Management*. 2024. Vol. 76. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102757>
- Xiang Z., Stienmetz J., Fesenmaier D.R. Smart Tourism Design: Launching the annals of tourism research curated collection on designing tourism places. *Annals of Tourism Research*. 2021. № 86.
- Tananaiko T., Yatsenko O., Osypova O., Nitsenko V., Balezantis T., Streimikiene, D. Economic rationale for manifestations of asymmetry in the global trading system. *Sustainability*. 2023. № 15. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15065316>
- Bazaluk O., Yatsenko O., Reznikova N., Bibla I., Karasova N., Nitsenko V. International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management*. 2022. № 23(2). P. 382–398. DOI: <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
- Obolenska T., Yatsenko O., Lyskova L., Zdenek O. Features of the Development of International Trade in Tourist Services. *Economics Ecology Socium*. 2024. № 8. P. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>
- Tsygankova T., Yatsenko O., Obolenska T., Gordieieva T., Osadchuk V. Influence of industry 4.0 on strategies of companies entering the global market of data integration services. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2023. № 2. P. 141–148. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-2/141>
- Amaro D., Caldeira A. M., Seabra C. Transformative experiences in tourism: A conceptual and critical analysis integrating consumer and managerial perspectives. *Tourism and Hospitality Research*. June 8, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584231182971>
- Ломачинська І., Андрущенко О., Арестов С. Європейський союз як туристична дестинація: аналіз факторів привабливості та конкурентоспроможності туристичної галузі ЄС. *Економічні горизонти*. 2024. № 4(29). С. 134–144. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(29\).2024.316312](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(29).2024.316312)
- World Development Indicators 2024. URL: <https://data.worldbank.org>

References:

- Gutiérrez I., Ferreira J. J., & Fernandes P. O. (2023). Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review. *Tourism and Hospitality Research*, no. 0(0). DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584231198414>
- Shlapak A., Yatsenko O., Ivashchenko O., Zarytska N., Osadchuk V. (2023). Digital transformation of international trade in the context of global competition: technological innovations and investment priorities. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, no. 6(53), pp. 334–347. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4241>.
- Chuang C. M. (2023). The conceptualization of smart tourism service platforms on tourist value co-creation behaviours: an integrative perspective of smart tourism services. *Humanit Soc Sci Commun*, no. 10. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01867-9>
- Edward C. S. Ku, Chun-Der Chen (2024). Artificial intelligence innovation of tourism businesses: From satisfied tourists to continued service usage intention. *International Journal of Information Management*, vol. 76. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102757>

5. Xiang Z., Stienmetz J., & Fesenmaier D. R. (2021). Smart Tourism Design: Launching the annals of tourism research curated collection on designing tourism places. *Annals of Tourism Research*, no. 86.
6. Tananaiko T., Yatsenko O., Osypova O., Nitsenko V., Balezentis T., Streimikiene, D. (2023). Economic rationale for manifestations of asymmetry in the global trading system. *Sustainability*, no. 15. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15065316>
7. Bazaluk O., Yatsenko O., Reznikova N., Bibla I., Karasova N., & Nitsenko V. (2022). International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management*, no. 23(2), pp. 382–398. DOI: <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
8. Obolenska T., Yatsenko O., Lyskova L., Zdenek O. (2024). Features of the Development of International Trade in Tourist Services. *Economics Ecology Socium*. no. 8, pp. 104–116. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.3-9>.
9. Tsygankova T., Yatsenko O., Obolenska T., Gordieieva T., Osadchuk V. (2023). Influence of industry 4.0 on strategies of companies entering the global market of data integration services. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, no. (2), pp. 141–148. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-2/141>
10. Amaro D., Caldeira A. M., & Seabra C. (2023). Transformative experiences in tourism: A conceptual and critical analysis integrating consumer and managerial perspectives. *Tourism and Hospitality Research*. DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584231182971>
11. Lomachynska I., Andrushchenko O., & Arestov S. (2024). European Union as a tourist destination: analysis of attractiveness factors of attractiveness and competitiveness of the EU tourism industry. *Economies' Horizons*, no. 4(29), pp. 134–144. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(29\).2024.316312](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(29).2024.316312)
12. World Development Indicators (2024). Available at: <https://data.worldbank.org>

Ostian Zdenek

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

PRIORITIES AND SCENARIOS OF DIVERSIFICATION OF INTERNATIONAL TRADE IN TOURIST SERVICES ON THE BASIS OF DIGITAL TRANSFORMATION

Summary

International trade in tourism services is an important component of the global economy, providing a significant share of the gross domestic product of many countries. However, today's global challenges, including economic fluctuations, pandemics, wars, geopolitical tensions and climate change, require travel companies to constantly adapt and innovate. In this context, digital transformation, which is actively implemented in all spheres of the economy, is a key factor that contributes to the effective development and diversification of international trade in tourist services. The article examines the priorities and scenarios of diversification of international trade in tourist services in the conditions of digital transformation. The importance of digital technologies as a key factor in increasing the competitiveness and adaptability of tourist services to global challenges is substantiated. An econometric model is proposed that assesses the impact of digitalization, economic and geopolitical risks on the dynamics of international trade in tourist services. Three main development scenarios are defined: optimistic (digital breakthrough), basic (sustainable growth) and pessimistic (regionalization and digital inequality). Prognostic conclusions for EU countries and Ukraine are made, the need for investments in digital infrastructure and regulatory changes to support diversification is emphasized. Developed countries of the European Union are actively innovating in the tourism industry, developing the infrastructure to ensure the effective provision of digital tourism services. Digital platforms, blockchain, big data and other technologies are important elements in the strategic development of tourism in the EU. Ukraine has the potential to develop digital technologies in tourism, but currently significant challenges lie in ensuring the availability of technologies, infrastructure development and investments in digital transformation. State policy in the field of digital economy and tourism needs further improvement. The obtained results can be used to form strategies for the development of tourist services and increase the efficiency of international trade.

Keywords: digital transformation, diversification, international trade, tourist services, econometric model, geopolitical risks, scenario forecasting.