

УДК 339.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.77-52>

Тимошук О.О.

кандидат юридичних наук,

докторант кафедри математики та економіки

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6816-3185>

Tymoshchuk Oleksandr

Candidate of Law,

Doctoral Student, Department of Mathematics and Economics

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical Universit.

СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКИЙ ТУРИЗМ У НЕПЕРЕДБАЧУВАНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

MEDITERRANEAN TOURISM IN AN UNPREDICTABLE GLOBAL ENVIRONMENT

У статті досліджено глобалізаційні тенденції розвитку світової економіки, котрі сприяли формуванню низки нових явищ і процесів у туристичній сфері: по-перше, виник глобальний ринок туристичних послуг, суб'єктом котрого стали країни середземноморського басейну; по-друге, зросла інтенсивність процесів інтеграції між підприємствами та організаціями туристичної сфери, зокрема і країн Середземномор'я; по-третє, найбільш динамічним сектором став міжнародний туризм, котрий переніс свої тренди у середземноморський регіон. Підкреслена необхідність формування нового підходу до індустрії середземноморського туризму через появу нових засобів та каналів комунікацій. Доведено, що надання туристичних послуг стає більш чутливим до впливу ризиків, типовим прикладом яких є глобальне поширення нового коронавірусу (COVID-19). Водночас, позиціонування Середземномор'я як стратегічного регіону в доковідний період, стикається з низкою суперечностей і викликів, які змушують переосмислити логіку його функціонування у майбутньому.

Ключові слова: глобалізація, середземноморський туризм, туристичні потоки, туристичний менеджмент, диверсифікація туристичних продуктів, цифровізація туристичних послуг, глобальні виклики.

The article has tracked the globalization trends in the development of the world economy, which have contributed to the formation of low new phenomena and processes in the tourism sector: in the first place, the cause of the global market of tourist services, in another way, The intensity of integration processes between enterprises and organizations in the tourism sector of the Mediterranean region has increased, thirdly, due to the increased use of transborder movement of essential goods and goods goods of the service sector, fourthly, new information and telecommunication technologies are increasingly being used to provide tourism services, fifthly, the most dynamic sector of industry has finally become international tourism near the Mediterranean Sea. It is stated that the need to formulate a new approach to the Mediterranean tourism industry is due to changes in the external and internal environment associated with the emergence of new features and channels communication, the development of new formats of interaction, the change of survivors in post-pandemic minds. It is emphasized that the tourism sector not only makes a significant contribution to the GDP of the region, but also plays an important role in securing employment opportunities, short-term poverty, increased income sharing, creation of additional income for goods and services, securing additional income and foreign exchange reserves for the governments of the Mediterranean coast. It is shown that the Mediterranean region has become one of the leading tourist regions in the world, accounting for one third of world tourism expenditures and half of international tourist arrivals. It has been reported that tourism services are becoming more sensitive to the influx of risks, a typical example of which is the global spread of the new coronavirus (COVID-19), which has negatively impacted international prices. At the same time, the extremely global tourism growth that positioned the Mediterranean as a strategic region in the pre-pandemic period is facing low expectations and demand, which threaten to reconsider its functioning in the future.

Keywords: globalization, Mediterranean tourism, tourist flows, tourism management, diversification of tourism products, digitalization of tourism services, global challenges.

Постановка проблеми. Міжнародний туризм у процесі глобалізації набуває все більшого значення, оскільки виступає не тільки динамічним комплексом, але й найважливішим каталізатором економічного зростання, котре проявляється у довготривалому збільшенні реального валового внутрішнього продукту

(ВВП) як в абсолютних значеннях, так і в розрахунку на кожного жителя країни. Туризм на сьогодні є загальноновизнаним драйвером соціально-економічного та соціокультурного розвитку країн Середземномор'я, оскільки його успішне функціонування формує масу позитивних наслідків – створення нових робочих місць; розвиток інфраструктури; поповнення доходної частини бюджетів; збереження об'єктів культурної спадщини, відновлення духовних і фізичних сил подорожуючих, що суттєво впливає на стабільність економічного потенціалу середземноморських держав загалом. Туризм отримав глобальне визнання як мотивація для економічного зростання, розвитку сільського господарства, енергетики та подолання бідності в країнах, що розвиваються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туризм представляє собою зростаючу глобальну індустрію світу, що досягає значного економічного впливу як на рівні окремих країн Середземномор'я, так і на глобальну економіку. Як високорозвинена галузь із зростаючою кількістю зацікавлених сторін конкурувати на ринку, з одного боку, так із зростаючою кількістю туристів, які виступають як споживачі туристичних послуг з іншого боку, індустрія відпочинку знаходиться під впливом глобальних тенденцій, котрі аналізують у своїх працях зарубіжні вчені – Р. Гаргано [6], Ф. Грассо [7], Д. Калліоріс [8], С. Ніавіс [8], Ф. Хідаяті [9], Д. Шиліро [7], та українські дослідники – Д. Виговський [1], К. Мугиль [2], О. Наумова, М. Наумова [3; 4], П. Подлепіна [4], М. Разінькова [5].

Формування завдання дослідження. Метою статті є дослідження проблем функціонування середземноморського туризму в умовах глобальних викликів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність формування нового підходу до індустрії середземноморського туризму зумовлена змінами зовнішнього та внутрішнього середовища, пов'язаними з появою нових засобів та каналів комунікацій, розвитком нових форматів взаємодії, зміною споживчої поведінки, формуванням нових стандартів споживчих звичок, трансформацією конкурентного середовища та ін. Ці тенденції призвели до підвищення значущості та подальшого розвитку комплексних підходів до управління та переходу до сталого туризму. Середземномор'я є провідною світовою туристичною територією з 32% міжнародних прибуттів і третіною світових надходжень, і очікується, що до 2030 року кількість туристів, які перетнуть міжнародні кордони, досягне рекорду – понад 1,8 мільярда мандрівників [12, с. 19]. Компанії туристичної індустрії все більшою мірою орієнтуються на міжнародні стандарти діяльності, створення міжнародних систем інформації та комунікацій, нові організаційні форми інтеграції та співробітництва у вигляді транснаціональних корпорацій та міжнародних мережевих об'єднань.

Принципово нові можливості для формування інтеграційних ефектів створила глобалізація та цифровізація світової економіки – ринки туристичних послуг менш розвинених країн, так само як їхній рекреаційний та культурний потенціал, стають все більш доступними для зарубіжних мандрівників. Названі обставини актуалізували проблеми розвитку середземноморської сфери відпочинку та її ефективної інтеграції у глобаль-

ний ринок туристичних послуг. Середземномор'я є провідною туристичною територією світу, на яку припадає 35% усіх міжнародних туристичних прибуттів і 30% світових надходжень від туризму. Середземноморський туризм також становить 13% експорту середземноморських країн і 23% сфери послуг і водночас формує зайнятість для мільйонів людей [7, с. 131].

Використання нових драйверів розвитку туризму зумовлено необхідністю розбудови регіональної системи середземноморського туризму в маркетинговій логіці для профілювання туристичних потоків, перегляду підходів до розробки концептуальних та стратегічних документів. Нові виклики трансформації геополітичної та економічної політики в усьому світі, зміни споживчих вимог у постпандемічних умовах до туристичних послуг змушують галузь активно реагувати і нагостити конкурентоспроможність та економічну ефективність розвитку внутрішнього туризму окремих країн світу. На національні ринки виходять нові внутрішні гравці та території, змінюються інститути та туристичні потоки. Все це відбувається на тлі глобальних кліматичних змін та цифровізації галузі [2, с. 111].

Середземноморський туризм у сучасних інтегрованих економічних системах відрізняє повне узгодження інтересів у відпочинковій індустрії об'єднаних країн, що забезпечується відповідними зовнішньополітичними та зовнішньоекономічними пріоритетами влади, а саме – зняття обмежень на переміщення капіталу та робочої сили. Ретроспективний аналіз формування туристичного продукту в країні–реципієнті, навіть з урахуванням її природних чи набутих переваг стає неможливим без участі капіталу, робочої сили, технологій, товарів туристичного споживання із країни–донора. Водночас, глобальний туристичний ринок дедалі більше формується під впливом інтеграційних процесів міждержавних об'єднань, злиттів, укрупнення організаційних структур сфери відпочинку та створення транснаціональних туристичних компаній, що зумовило подальшу інтенсифікацію інтеграційних процесів у туристичній індустрії Середземномор'я [8, с. 143].

У глобалізаційному контексті туризм є важливим елементом розвитку світової економіки та одним із провідних джерел доходу для розвинутих держав та країн, що розвиваються. Індустрія відпочинку є міцною опорою для сталого розвитку туристичних регіонів світу, оскільки пропонує різноманітні культурні, соціальні, технологічні і природні продукти для відпочинку та бізнесу. Міжнародний туризм є одним із найбільш значущих у світових торговельних потоках, оскільки збільшення його масштабів може привести до збільшення міжнародної торгівлі з точки зору імпортного попиту на іноземні товари та послуги, а також збільшення доходів від експорту [5, с. 34]. В останні роки туризм був найважливішим сектором торгівлі послугами, на нього припадало близько 25% загальної міжнародної торгівлі послугами - перше місце у світі. У зв'язку з цим Всесвітня рада з подорожей і туризму зазначила, що подорожі та туризм відіграють життєво важливу роль у створенні робочих місць. За її оцінками, одне з чотирьох робочих місць, або 10,6%, створених у всьому світі, тобто близько 334 мільйонів зайнятих у сфері туризму, а його внесок становить 9,2 трильйона доларів США, тобто 10,4% світового ВВП. При цьому,

витрати міжнародних відвідувачів становили 6,8% від загального експорту та 27,4% від світового експорту послуг, що склало 1,7 трильйона доларів США у 2019 році [11, с. 4–5].

У 2022 році світові надходження від міжнародного туризму зросли приблизно на 61% порівняно з попереднім роком після різкого зниження, зумовленого початком пандемії коронавірусу (COVID-19) [12, с. 21]. У 2023 році міжнародний туризм досяг 88% від допандемічного рівня, зафіксувавши близько 1,29 мільярда міжнародних прибуттів, що на 34% більше, ніж у 2022 році (див. рис. 1). Доходи від міжнародного туризму у 2023 році сягнули 1,4 трильйона доларів, що наближається до 93% від 1,5 трильйона доларів, зафіксованих у 2019 році. Прогнози на 2024 рік передбачають, що міжнародний туризм перевищить показники до пандемії приблизно на 2%. Близький Схід лідирував у відновленні туризму, будучи єдиним регіоном, який перевищив кількість прибуттів до пандемії у 2019 році на 22%. Незважаючи на різке щорічне зростання, надходження від міжнародного туризму в усьому світі залишилися нижче рівня до пандемії, склавши при-

близно 1 трильйон доларів США у 2022 році. Тому можна стверджувати, що туризм залишається важливою частиною міжнародної торгівлі послугами, зростаючою галуззю світової і національних економік та відновлює свої позиції після пандемії [11, с. 3–4].

Туризм бере активну участь у зростанні та розвитку країн Середземномор'я, перш за все, приносячи численні економічні цінності та переваги, а по-друге, допомагаючи створити цінність бренду, імідж та ідентифікацію у середземноморському регіоні. Індустрія туризму формує істотний внесок в економічне зростання та розвиток економіки націй [9, с. 17]. Для більшої частини країн туризм стає головною рушійною силою регіонального розвитку, що прискорює економічну діяльність. Це позитивно впливає на зростання їхніх доходів (див. табл. 1), можливості працевлаштування, але може завдати шкоди навколишньому середовищу через руйнування національних екосистем. Залучаючи міжнародних туристів, він сприяє отриманню надходжень в іноземній валюті, створює робочі місця, покращує інфраструктуру та якість життя, сприяє сталому економічному зростанню країн, оскільки від подорожуючих

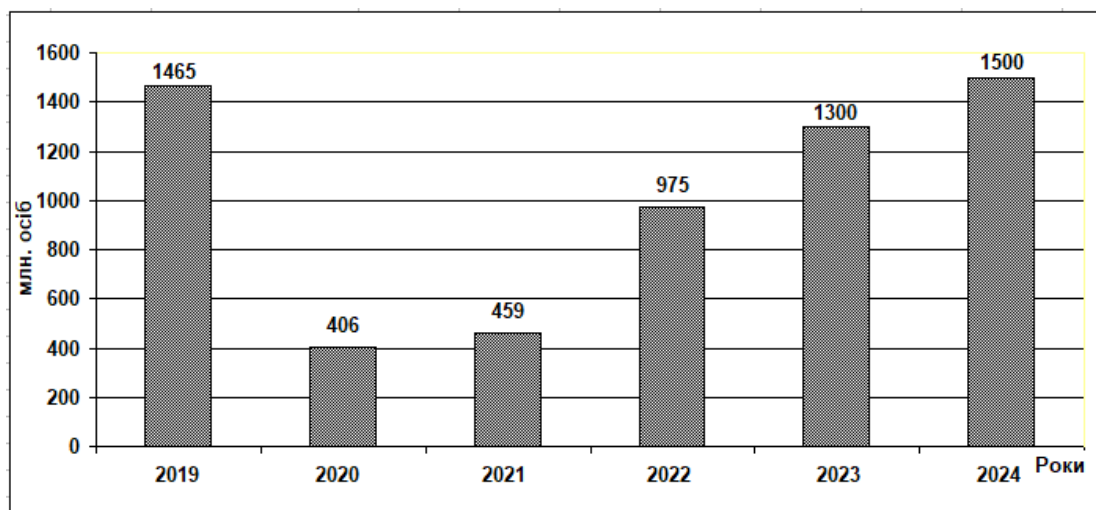


Рис. 1. Динаміка міжнародних туристичних потоків за 2019–2024 роки (млн осіб)

Джерело: складено на підставі [10; 11]

Таблиця 1

Доходи від міжнародного туризму окремих країн Середземномор'я у 2000–2023 рр. (млрд дол. США).

Країни	2000	2005	2010	2015	2019	2022	2023
Іспанія	33,4	39,9	41,2	62,2	71,2	65,2	117,5
Франція	35,7	35,3	35,4	49,3	56,7	51,7	71,2
Італія	29,8	28,4	29,2	43,3	44,3	40,1	56,0
Греція	9,9	10,7	9,6	17,3	17,8	13,3	23,4
Хорватія	2,9	5,9	6,0	9,7	12,1	4,1	4,6
Марокко	2,2	3,7	5,0	6,9	8,7	6,5	7,8
Алжир	0,104	0,148	0,166	0,238	0,398	0,219	4, 002
Туніс	1,8	1,7	1,9	1,5	1,9	1,1	1,3
Єгипет	4,7	5,5	9,4	6,7	8,1	6,1	14,4
Туреччина	8,2	15,4	17,0	29,3	30,6	21,1	54,3
Середземноморський регіон загалом (млрд. дол. США)	152	171	191	207	231	194	223

Джерело: складено на підставі [11; 13]

залежать обсяги продажів, прибутків, зарплат, податкових надходжень та експорту. Найбільш прямий вплив стосується таких інфраструктурних об'єктів як транспорт, готелі, ресторани, розваги та шопінг.

За останні кілька десятиліть туристичний сектор пережив величезне розширення. Частка туристичного сектору у світовому валовому внутрішньому продукті значно зросла, а тому індустрія туризму стала одним із найважливіших інструментів для досягнення сталого економічного зростання в більшості країн Середземномор'я. Сектор туризму не тільки робить значний внесок у ВВП країн регіону, але й відіграє важливу роль у забезпеченні можливостей зайнятості, скороченні бідності, збільшенні розподілу доходів, створенні додаткового попиту на товари та послуги, забезпеченні додаткових податкових надходжень і валютних резервів для урядів країн середземноморського узбережжя. Тому всі ці фактори відіграють важливу роль для сталого економічного розвитку будь-якої держави [4, с. 24].

Будучи тісно пов'язаним з іншими секторами економіки, туризм служить двигуном зростання, водночас виступає і чинником розвитку, пропонуючи різноманітні можливості збільшення доходів від міжнародного туризму, котрі у багатьох країнах використовуються для стимулювання інших видів господарської діяльності: розваги, транспортні послуги, продаж ремесел, тур путівники, ресторани, готелі тощо. Туризм у країнах Середземномор'я активно впливає на розвиток націй, сприяє припливу іноземних доходів більше, ніж багато інших економічних секторів та вважається основною експортно-орієнтованою галуззю, не стикаючись з торговельними обмеженнями. Зі зростанням глобалізації та можливостей у всьому світі більшість країн ініціюють кілька стратегій для досягнення своїх цілей економічного зростання, і туризм став одним із найважливіших інструментів для досягнення поставленої мети [1, с. 17].

Глобалізаційні процеси активізують розширення туристичної індустрії, котра постійно зростає в усьому світі та поширюється на все більш диференційовані тематичні області та місця, які досі були невідомі. Середземноморський регіон є одним із провідних туристичних районів у світі, оскільки він приваблює своїми природними та культурними об'єктами, історією та традиціями, але водночас, стикається з постійними викликами, котрі створює висока конкуренція на світовому ринку та сталість навколишнього середовища і ресурсів. Загальновідомо, що глобалізація може створити сприятливі можливості для розвитку міжнародного туризму, стимулюючи більшу міжнародну інтеграцію суспільства та економіки. Розвитку туризму в країнах призначення можна сприяти шляхом політичних, соціальних і культурних обмінів між країнами-генераторами та країнами призначення. Економічна глобалізація може зменшити бар'єри, що перешкоджають міжнародному потоку туристичних товарів і послуг. Політична глобалізація може активізувати зв'язки між країнами та посилити лібералізацію торгівлі туристичними послугами. Лібералізація торгівлі дозволила використовувати нові технології на глобалізованих ринках у світовому масштабі. З розвитком транспорту та інформаційних технологій соціальна глобалізація зменшує витрати туристів на пошук привабливих дестинацій у різних регіонах світу, робить подорожі за кордон більш доцільними та зручними, збільшує обсяги туристичних потоків (див. рис. 2).

Понад 30 років Франція утримує перше місце як найбільш відвідувана країна в світі, приймаючи понад 100 мільйонів міжнародних туристів у 2023 році та займаючи 8% світового ринку туризму. Слідом за нею йде Іспанія з 85,17 млн туристів у 2023 році, а Сполучені Штати посіли третє місце, привернувши 66,48 млн туристів. Китай, що займав четверте місце у 2019 році, вибув із 10 найкращих туристичних напрямків з початку пандемії. У Франції, Іспанії, Туреччині,

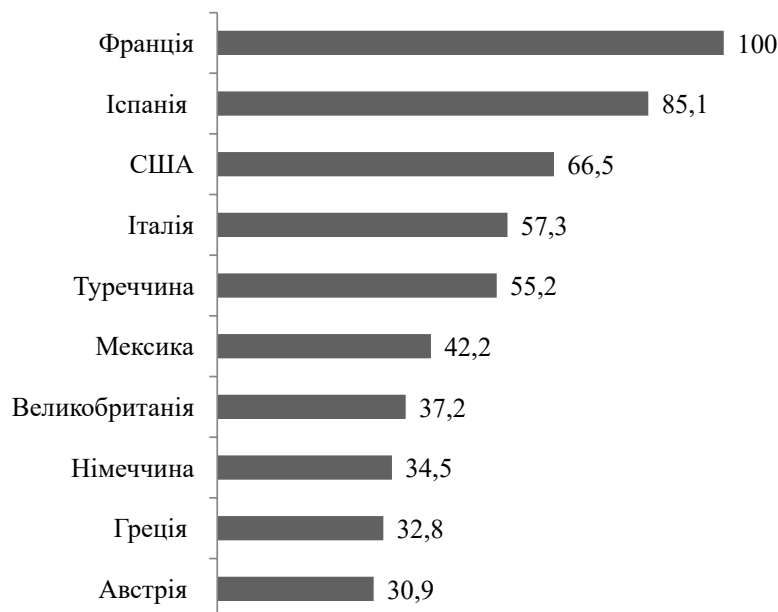


Рис. 2. Середземноморські країни у світовому рейтингу міжнародних туристичних прибутків у 2023 році (млн осіб).

Джерело: складено на підставі [11]

Греції та ОАЕ у 2023 році кількість туристів зроста порівняно з 2019 роком, тоді як у США, Італії, Мексиці, Великобританії та Німеччині спостерігалось зниження [11, с. 4–5].

Глобалізація стимулює конкурентоспроможність і створюватиме більш складне середовище для індустрії туризму, сприяючи виходу на ринок кількох зацікавлених сторін, і може мати деякі негативні наслідки [6, с. 97]. Особливо в контексті глобалізації торгівля туристичними послугами стає більш чутливою до ризиків країни. Типовим прикладом є те, як глобальне поширення нового коронавірусу (COVID-19) катастрофічно вплинуло на попит на міжнародні подорожі та туристичні послуги. За оцінками Всесвітньої туристичної організації, спалах COVID-19 призвів до падіння прибуттів міжнародних туристів на 20–30% порівняно з 2019 роком. Міжнародний туризм повернувся на тридцять років у минуле. У 2020 році падіння міжнародних туристичних прибуттів на світовому рівні було зафіксовано на рівні 74% від 2019 року та втрати одного мільярда туристів і понад 2 трлн. дол. США світового ВВП (див. рис. 3). Пандемія спричинила серйозні наслідки для глобальної економіки та привнесла низку негативних наслідків для світової туристичної індустрії [3, с. 24]:

- внаслідок обмежень міжнародної мобільності, сектор подорожей і туризму зазнав збитків майже на 4,5 трлн. дол. США і його глобальний внесок у ВВП скоротився 49,1% порівняно з 2019 роком, досягнувши лише 4,7 трлн. дол. США у 2020 році.

- у 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, залишившись лише 272 мільйонів зайнятих у всьому секторі в усьому світі. Особливо постраждали дрібні і середні підприємства, які складають 80% підприємств відпочинкової індустрії [10, с. 8].

- пандемія COVID-19 мала значний вплив на індустрію туризму і в середземноморському регіоні, що призвело до економічних втрат і скорочення робочих місць. Так, кількість міжнародних туристичних прибуттів у Європейський регіон Середземномор'я скоротилася у 2020 році у 2,5 – 12 разів. Найбільше постраждали такі країни як Боснія та Герцеговина, Чорногорія,

Албанія, Греція, Мальта, Кіпр. Найменший вплив міжнародних туристів відчула Франція. Аналогічна ситуація склалася із скороченням доходів від закордонних відпочиваючих. Негативний вплив пандемії розповсюдився і на Північно-африканське узбережжя середземноморського басейну [13, с. 12].

Однак відновлення глобальної індустрії відпочинку, так і середземноморського ринку туристичних послуг відбувається нерівномірно, і проблеми залишаються. Багато країн оновили або розробили нові стратегії туризму, щоб відобразити контекст і пріоритети після пандемії. Ці стратегії спрямовані на розвиток останніх імпульсів переходу до більш стійких моделей туризму, адаптації до дедалі динамічнішого середовища та залучення зацікавлених сторін до спільного бачення майбутнього середземноморського туризму. Диверсифікація туристичної пропозиції та залучення нових ринків і сегментів до напрямків, що розвиваються лежить в основі багатьох туристичних стратегій для кращого розподілу переваг і туристичних потоків. Туристичні напрямки та підприємства потребують інвестиційної підтримки, щоб йти в ногу зі швидким технологічним розвитком, також ресурси потрібні для розвитку транспортної та іншої інфраструктури, необхідної для кращого управління розвитком туризму Середземномор'я.

Висновки. Надзвичайне глобальне туристичне зростання, що позиціонувало Середземномор'я як стратегічний регіон у доковідний період, стикається з низкою суперечностей і викликів, котрі змушують переосмислити логіку його функціонування. Безперечно, туризм має бути проаналізований через призму динаміки нерівності та суперечностей, котрі він відтворює або сприяє їхньому виникненню. Зіткнувшись з новими глобальними викликами, середземноморський регіон формує оновлений порядок денний туристичної мобільності, створює необхідність врахування інших ризикових факторів, оскільки туристичні успіхи вимірюється упродовж багатьох років лише з точки зору міжнародних прибуттів, інвестицій та робочих місць. Це передбачає зміну парадигми, котра зумовлює пошук інших інструментів виміру успіхів самої індустрії туризму. Складність створюваних зовнішніх

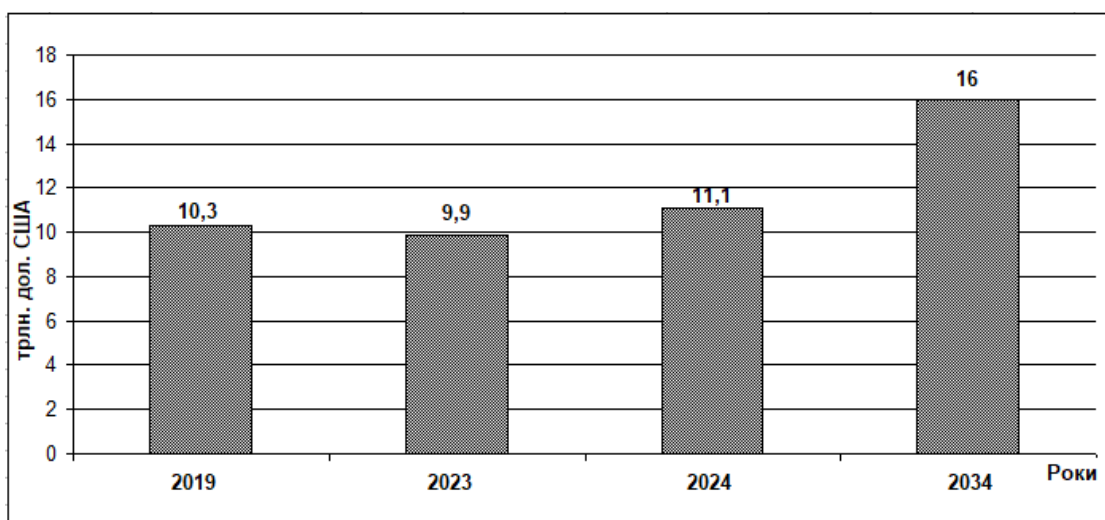


Рис. 3. Внесок міжнародного туризму у глобальний ВВП (трлн дол. США)

Джерело: складено на підставі [10–13]

ефективі, зокрема тих, котрі пов'язані із серйозними кліматичними і територіальними проблемами, вимагає глобального переосмислення самої організації туристичної індустрії, оскільки не висунувши на перший план етичний вимір, заснований на гарантіях прав

людини та утвердження принципу обережності проти ризиків і розладів, викликаних необмеженим зростанням туризму, можна спровокувати занепад певних територій, надзвичайну кліматичну ситуацію, гуманітарні кризи.

Список використаних джерел:

1. Виговський Д.С. Тенденції та перспективи розвитку туризму: Україна та світ. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Випуск 86. С. 15–20.
2. Мугиль К.М. Тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 110–114.
3. Наумова О., Наумова М. Туристична галузь в умовах пандемії Covid-19 та змін клімату: виклики та перспективи. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. № 4 (68). С. 20–27.
4. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 1 (211). С. 21–29.
5. Разінькова М.Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 32–36.
6. Gargano, R. Tourism Competitiveness in Mediterranean Countries: A Quantitative Approach. *Tourism in the Mediterranean Sea*, Emerald Publishing Limited, Leeds. 2021. Pp. 93–108.
7. Grasso, F. and Schilirò, D. Tourism, Economic Growth and Sustainability in the Mediterranean Region. *Tourism in the Mediterranean Sea*, Emerald Publishing Limited, Leeds. 2021. P. 129–142.
8. Niavis, Spyros; Kallioras, Dimitris. The efficiency of tourism sector in EU mediterranean coastal regions: The effects of seasonality and spatiality on demand. *European Regional Science Association (ERSA)*. Louvain-la-Neuve. 2021. Vol. 8. Is. 1. P. 135–152.
9. Hidayati, F. Tourism and economic growth: The role of globalization. *Journal of Public Administration Studies*. 2018. No. 2, P. 16–20.
10. OECD. *Tourism Trends and Policies*. Paris, France. 2022. 362 p.
11. UNWTO. *World Tourism Barometer*, Volume 22. Madrid, Spain. 2024. 7 p.
12. UNWTO. *The Impact of COVID-19 on Tourism (2020–2022)*. 2023 Edition. Madrid, Spain 32 p. 2023.
13. W.T.T.C. *Travel & Tourism Economic Impact*. World Travel & Tourism Council. Oxford, UK. 417 p. 2023.

References:

1. Vyhovsky, D. (2024) Trends and prospects for tourism development: Ukraine and the world. *Black Sea Economic Studies*, vol. 86, pp. 15–20.
2. Mugyl, K. (2022) Trends in the development of the international tourist services market. *Economy and State*. vol, 5, pp. 110–114.
3. Naumova, O. and Naumova, M. (2022) The tourism industry in the context of the Covid-19 pandemic and climate change: challenges and prospects. *Academic Notes of the KROK University*, vol, 4, pp. 20–27.
4. Podleпина, P. (2019) The impact of international tourism on the macroeconomic dynamics of developing countries. *Current problems of economy*. vol, 1, pp. 21–29.
5. Razinkova, M. (2020) International tourism and its impact on the development of the international economy. *Investments: practice and experience*, vol, 3, pp. 32–36.
6. Gargano, R. (2021) Tourism Competitiveness in Mediterranean Countries: A Quantitative Approach. *Tourism in the Mediterranean Sea*. Emerald Publishing Limited, Leeds, vol, 1, pp. 93–108.
7. Grasso, F. and Schilirò, D. (2021) Tourism, Economic Growth and Sustainability in the Mediterranean Region. *Tourism in the Mediterranean Sea*. Emerald Publishing Limited, Leeds, vol, 1, pp. 129–142.
8. Niavis, S. and Kallioras, D. (2021) The efficiency of tourism sector in EU mediterranean coastal regions: The effects of seasonality and spatiality on demand. *European Regional Science Association (ERSA)*, Louvain-la-Neuve, vol, 8, pp. 135–152.
9. Hidayati, F. (2018) Tourism and economic growth: The role of globalization. *Journal of Public Administration Studies*, vol, 2, pp. 16–20.
10. OECD. (2022) *Tourism Trends and Policies*. Paris, France.
11. UNWTO. (2024) *World Tourism Barometer* vol, 22, Madrid, Spain.
12. UNWTO (2023) *The Impact of COVID-19 on Tourism (2020–2022)*. Madrid, Spain.
13. W.T.T.C. (2023) *Travel & Tourism Economic Impact*. Oxford, UK.