

УДК 338.48-6:008:316.7

DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V53(2025)-17

Зубехіна Т. В., кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна

ORCID ID: 0000-0001-9929-4405

e-mail: t.zubekhina@lntu.edu.ua

Глокалізація як інноваційна стратегія управління розвитком культурного туризму в умовах глобальної економіки

Анотація. У статті досліджено глокалізацію як стратегію розвитку культурного туризму в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції дестинацій. Проаналізовано взаємозв'язок між збереженням автентичності та інтеграцією у світовий туристичний простір, а також визначено роль культурного туризму у сталому розвитку територій. Акцент зроблено на соціально-економічних і культурних ефектах: збереженні спадщини, створенні робочих місць, стимулюванні суміжних сфер економіки та розвитку міжкультурного діалогу. Наведено міждисциплінарний огляд поняття глокалізації у соціології, культурології та економіці. Показано, що її застосування у туризмі полягає в поєднанні світових стандартів сервісу з локальними практиками, що забезпечує конкурентоспроможність і унікальність туристичного продукту. Визначено ключові виклики: комерціалізацію культурних ресурсів, втрату автентичності, домінування глобальних брендів і культурну стандартизацію. На основі даних UN Tourism, WTTC та ЮНЕСКО простежено відновлення міжнародного туризму у 2021-2025 рр. і зростання ролі його культурної складової. Висвітлено позитивні ефекти глокалізації: брендинг територій, залучення громад та застосування цифрових технологій промоції. Розглянуто приклади успішного поєднання автентичності з глобальними трендами в Японії, Італії, Іспанії, Україні та Грузії. Запропоновано авторську модель «балансу», що включає чотири елементи: збереження автентики, сучасні інструменти промоції, державне і громадське регулювання та партнерство з бізнесом. Модель позиціюється як механізм гармонійного розвитку культурного туризму.

Ключові слова: глокалізація; культурний туризм; сталий розвиток; автентичність; глобалізація; культурна спадщина; брендинг територій; цифрові технології; місцеві громади.

Zubekhina Tetiana, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine

Glocalization as an innovative strategy for managing the development of cultural tourism in the context of the global economy

Abstract. Introduction. The article explores glocalization as a strategy for developing cultural tourism in a globalized world with increasingly competitive destinations. It examines the relationship between cultural authenticity and integration into the global tourism market, emphasizing the role of cultural tourism in sustainable development. The study outlines the socio-economic and cultural impacts of cultural tourism, including heritage preservation, job creation, stimulation of related sectors, and promotion of intercultural dialogue. Statistical data from UN Tourism, WTTC, and UNESCO (2021–2025) confirm the sector's recovery and the growing importance of cultural tourism. The article proposes a "balance model" based on authenticity, modern promotional tools, regulation, and business partnerships as a universal mechanism for harmonizing heritage protection with economic benefits.

Introduction. Globalization has intensified competition among tourist destinations, raising the issue of preserving local identities while meeting global standards. Cultural tourism emerges as a key driver of sustainable development, combining economic benefits with safeguarding cultural heritage. Within this framework, glocalization provides a strategic approach that integrates global trends with local authenticity, ensuring competitiveness while preserving uniqueness.

Purpose. This article aims to investigate glocalization as a strategic model for developing cultural tourism, identify the challenges and opportunities it presents, and propose a conceptual framework that balances authenticity with global demands.

Results. The study provides an interdisciplinary analysis of glocalization from sociological, cultural, and economic perspectives. The study demonstrates that, in the context of tourism, glocalization involves integrating global standards of service and accessibility with authentic local practices. The main challenges identified are the commercialization of cultural resources, the loss of authenticity, the dominance of global brands, and cultural standardization.

At the same time, glocalization offers significant opportunities, such as destination branding, local community involvement, and digital tools for cultural promotion. Using statistical evidence from UN Tourism, WTTC, and UNESCO, the article illustrates the recovery of international tourism from 2021 to 2025 and the growing share of cultural tourism in the global economy. Practical examples from Japan, Italy, Spain, Ukraine, and Georgia confirm the effectiveness of glocalization strategies.

Furthermore, the article introduces the author's "balance model," which includes four core elements: preservation of cultural authenticity, application of modern promotional tools, regulatory involvement of the state and local communities, and

¹ Стаття надійшла до редакції: 16.10.2025

Received: 16 October 2025

partnerships with businesses. This model provides a structured mechanism for aligning heritage preservation with economic growth and global integration.

Conclusions. Cultural tourism, framed within the concept of glocalization, represents an effective path for sustainable development. Maintaining a balance between authenticity and global standards enables destinations to remain competitive while preserving their cultural distinctiveness. The proposed model emphasizes the necessity of cooperation among stakeholders — including governments, communities, and businesses — to shape tourism that is economically viable and culturally responsible. Therefore, glocalization should be regarded not only as a response to pressures of globalization, but also as a proactive strategy for strengthening cultural identity within the global tourism context.

Keywords: glocalization; cultural tourism; sustainable development; authenticity; globalization; cultural heritage; destination branding; digital technologies; local communities.

JEL Classification: L83

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізаційних процесів культурний туризм переживає новий етап свого розвитку. З одного боку, туристи шукають автентичні враження, прагнуть доторкнутися до унікальної спадщини народів світу та відчуття їхній спосіб життя й традиції. З іншого — глобальні стандарти та тренди вимагають адаптації туристичного продукту до очікувань масової аудиторії, створюючи ризики уніфікації культурного простору. У цьому контексті особливої актуальності набуває концепція глокалізації, яка поєднує глобальні підходи з локальною ідентичністю.

Глокалізація у сфері культурного туризму дозволяє знаходити баланс між збереженням автентичності та необхідністю відповідати світовим викликам. Це явище проявляється у використанні сучасних технологій для популяризації традицій, адаптації локальних культурних практик до міжнародних стандартів обслуговування, а також у створенні нових форм культурного продукту, що зберігають зв'язок із місцевим середовищем. Таким чином, глокалізація постає не лише як стратегія розвитку туристичних дестинацій, а й як інструмент сталого збереження культурної спадщини.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів простежується зростаючий інтерес до глобалізаційних процесів у культурному туризмі. Зокрема, Zuhui Liao, Qingyun Pang, Honggen Xiao [1] досліджують, як у туристичних наукових публікаціях відбувається міжкультурна комунікація між англомовними спільнотами та спільнотами, де англійська є іноземною або другою мовою. Вони показують, що глокалізація проявляється через академічну мобільність, міждисциплінарність та двосторонні відносини, формуючи більш інклюзивне середовище для співпраці.

Вахович І., Матвійчук Л., Смаль Б. [2] досліджують тенденції розвитку індустрії гостинності в регіонах України, визначають її роль у соціально-економічному розвитку та співвідношення з індустрією туризму. На основі аналізу ключових показників (внесок у ВВП, туристичний збір, інвестиції, зайнятість) виявлено регіональні відмінності, сучасні виклики та перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності галузі, зокрема розвиток цифрових технологій, екологічні підходи,

кластеризацію та ефективне використання туристичного збору.

Публікація Охріменко А., Опанасюк Н. [3] присвячена аналізу явища перетуризму, яке виникає через неконтрольоване зростання відвідувачів у дестинаціях і призводить до соціальних, економічних та екологічних проблем. Автори окреслюють локальні прояви перетуризму в Україні (Львів, Одеса, Умань, приморські та карпатські курорти) та пропонують напрями його запобігання в умовах глобалізованого розвитку.

У статті Долгової К. [4] розглядається сутність поняття «глокалізація» та особливості її прояву в туристичному просторі через території попиту, пропозиції та об'єднання учасників туристичної діяльності. Авторка визначає напрями глокалізації у туризмі як бізнес-стратегії та суспільного явища, подає приклади її реалізації та окреслює перспективи для України у відновленні туристичної сфери й інтеграції до ЄС.

Устименко Л., Назимко Ю. [5] аналізують сучасні travel-тренди та їхній вплив на розвиток культурно-туристичних дестинацій України, вводять у науковий обіг поняття «трендова культурно-туристична дестинація» та пропонують їхню класифікацію. Автори обґрунтовують створення програми «Столиці туризму України», розробляють рекомендації для популяризації та управління трендовими напрямками й визначають перспективи інноваційного розвитку туристичної індустрії України.

Розділ монографії Приходько І. [6] присвячений проблемі надмірного туризму та його негативному впливу на міста й туристичні дестинації, зокрема зростання цін, руйнування інфраструктури та шкоди для екосистем. Авторка досліджує причини цього явища, аналізує інструменти сталого розвитку для його подолання, приділяє увагу пригодницькому туризму та пропонує напрями впровадження екологізації й успішних міжнародних практик у сучасних українських реаліях.

Проблематика глокалізації в розвитку культурного туризму активно досліджується як українськими, так і зарубіжними науковцями. Однак отримані результати потребують подальшого уточнення та поглиблення з урахуванням сучасних викликів і регіональної специфіки.

Формулювання цілей дослідження. Мета статті – дослідити глокалізацію як стратегію розвитку культурного туризму та визначити її потенціал у збереженні автентичності й формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту в умовах глобальних викликів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Культурний туризм дедалі частіше розглядається як механізм забезпечення сталого розвитку територій. Він сприяє збереженню нематеріальної та матеріальної спадщини, формує нові робочі місця, активізує локальну економіку та стимулює розвиток суміжних сфер (ресторанний бізнес, транспорт, готельна інфраструктура). Водночас культурний туризм виконує важливу освітню функцію – формує міжкультурний діалог і толерантність, що відповідає принципам сталого розвитку.

У соціології глокалізація розглядається як поєднання глобальних трендів із локальними особливостями, що формує нову якість соціокультурних практик. У культурології цей підхід підкреслює важливість збереження культурної ідентичності у процесі інтеграції до глобального простору. В економічній площині глокалізація трактується як стратегія адаптації локального продукту до глобальних стандартів ринку без втрати його автентичності. У туризмі це означає, що

дестинації одночасно відповідають світовим очікуванням (сервіс, безпека, доступність) та зберігають свою унікальність (традиції, кухня, мистецтво).

Ключовим завданням у розвитку культурного туризму є досягнення рівноваги між автентичністю й глобалізаційними вимогами. Надмірне пристосування до міжнародних трендів може призвести до втрати культурної унікальності, тоді як орієнтація виключно на автентичність може зробити туристичний продукт менш конкурентним. Баланс полягає у створенні такої пропозиції, яка зберігає унікальний локальний колорит, але водночас є доступною й зрозумілою для туристів із різних країн.

Визначені теоретичні засади культурного туризму та глокалізації окреслюють широкий потенціал для розвитку територій, збереження автентичності й інтеграції у глобальний туристичний простір. Проте реалізація цих можливостей у практичній площині супроводжується низкою суперечностей і обмежень. Саме на стику між прагненням до збереження локальної ідентичності та необхідністю відповідати глобальним стандартам виникають проблеми, які можуть знижувати ефективність глокалізаційних стратегій. Тому наступним кроком є аналіз ключових викликів, що постають перед культурним туризмом у процесі глокалізаційного розвитку (табл. 1).

Таблиця 1 Виклики та проблеми розвитку культурного туризму в умовах глокалізації

Виклик / проблема	Детальний опис	Потенційні наслідки
Комерціалізація культурних ресурсів	Перетворення традиційних практик і свят у видовищні атракції для туристів, що знижує їхню культурну глибину	Знецінення культурної спадщини, втрата її сакральності або справжнього змісту
Втрата автентичності та унікальності	Спрощення або модифікація культурних практик для приваблення ширшої аудиторії	Зникнення характерних рис культури, формування «сувенірної автентики»
Домінування глобальних брендів	Витіснення локального бізнесу міжнародними готельними та ресторанными мережами	Стандартизація досвіду, зниження економічних вигод для місцевих громад
Культурна стандартизація	Уніфікація туристичного досвіду через копіювання глобальних сценаріїв відпочинку	Одноманітність вражень, зниження привабливості культурного туризму як пошуку нового й автентичного

Джерело: сформовано автором

Незважаючи на наявність значних викликів, пов'язаних із комерціалізацією культурних ресурсів, втратою автентичності або домінуванням глобальних брендів, глокалізація несе й потужний потенціал для розвитку культурного туризму. Подолання окреслених проблем відкриває шлях до формування нових

підходів, що дозволяють одночасно зберегти унікальність локальної культури та інтегрувати її у глобальний туристичний простір. Відповідно, варто розглянути можливості та позитивні ефекти, які забезпечує глокалізація в контексті збалансованого розвитку культурного туризму (табл. 2).

Таблиця 2 **Можливості та позитивні ефекти глокалізації у культурному туризмі**

Можливість	Характеристика	Очікувані результати
Глокалізація як інструмент маркетингу	Поєднання локальної ідентичності з глобальними маркетинговими механізмами (сучасна презентація традиційних продуктів, гастрономії, мистецтва)	Збереження унікальності при підвищенні привабливості для міжнародних туристів
Створення бренду території	Використання фестивалів, ремесел, кухні та інших культурних практик для формування позитивного іміджу регіону	Підвищення конкурентоспроможності дестинації, розвиток туристичного іміджу країни
Залучення місцевих громад	Активна участь населення у створенні й реалізації туристичних продуктів	Соціально-економічний розвиток регіону, підвищення рівня життя громади, збереження традицій
Цифрові технології для популяризації культури	Використання AR/VR, цифрових музеїв, мобільних додатків та онлайн-турів	Розширення доступності культурних цінностей, залучення молоді та міжнародної аудиторії

Джерело: сформовано автором

Розглянуті можливості та позитивні ефекти глокалізації у сфері культурного туризму набувають практичного виміру лише тоді, коли вони втілюються в конкретних дестинаціях і туристичних продуктах. Для кращого розуміння потенціалу цієї стратегії

доцільно проаналізувати приклади з різних країн, які демонструють, як поєднання локальної автентичності та глобальних тенденцій формує успішні моделі розвитку культурного туризму (рис. 1).



Рисунок 1 - **Приклади глокалізації у культурному туризмі**

Джерело: сформовано автором

Представлені приклади демонструють, що глокалізація у сфері культурного туризму є дієвою стратегією, яка дозволяє поєднати збереження локальної автентичності з інтеграцією у глобальний

туристичний простір. Японія, Італія та Іспанія ілюструють успішне використання традиційних практик як основи туристичної привабливості у поєднанні з міжнародними культурними трендами.

Український та грузинський досвід підкреслює значення локальної спадщини (гастрономії, фестивалів, виноробства) як основи для формування унікального бренду території.

Усі приклади підтверджують, що саме баланс між автентичністю та глобальною впізнаваністю створює стійкий туристичний продукт, здатний одночасно зберігати культурну ідентичність і генерувати соціально-економічні вигоди. Таким чином, глокалізація постає як універсальний механізм сталого розвитку культурного туризму.

2024 став роком повного відновлення міжнародного туризму: за оцінкою UN Tourism, кількість міжнародних прибуттів досягла ~1,5 млрд і зрівнялася або перевищила рівень 2019 року (рис. 2, 3). У I кв. 2025 потік виріс ще на +5% до I кв. 2024 (~300 млн подорожей за три місяці) і був на 3% вище 2019-го. У I кв. 2025 Європа прийняла ~125 млн (+2% р/р; +5% до 2019), Азія та Тихий океан зросли на +12-13% (ще -8% до 2019), Африка +9%, Америка +2%, Близький Схід +1% (але +44% до 2019) [7].

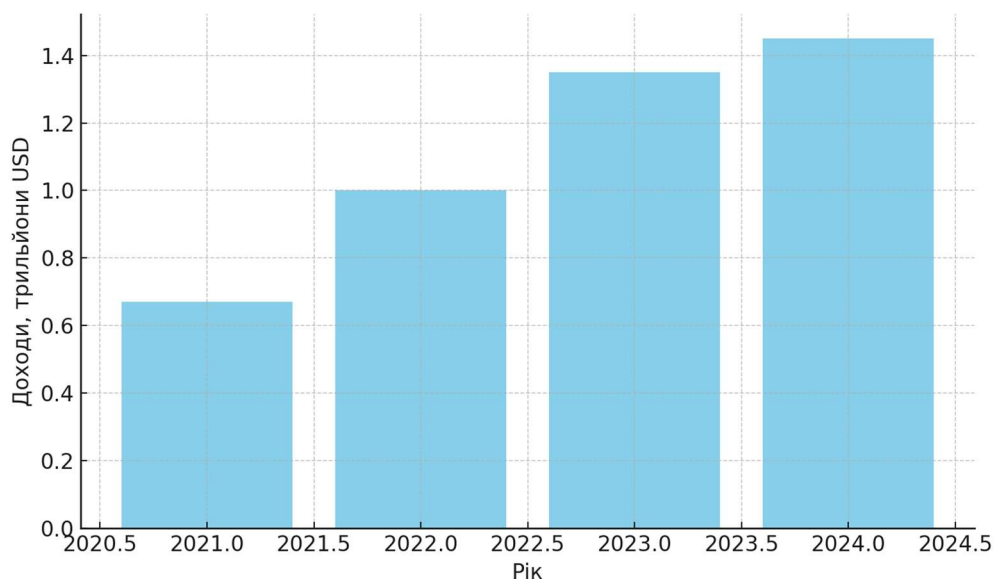


Рисунок 2 - Доходи від міжнародного туризму 2021-2024

Джерело: узагальнено автором на основі [7, 8, 9]

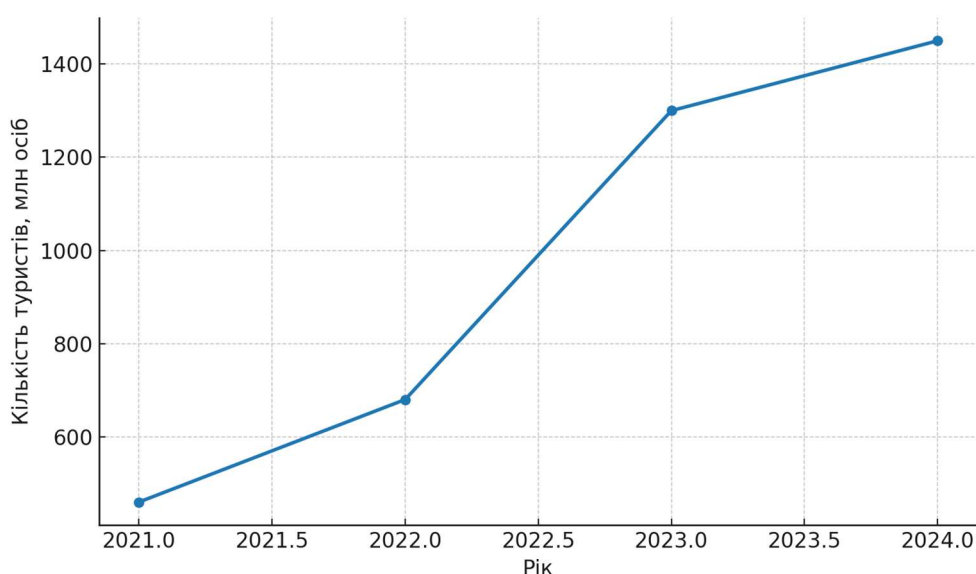


Рисунок 3 - Кількість міжнародних туристів (2021-2024 рр.)

Джерело: узагальнено автором на основі [7, 8, 9]

За WTTC, у 2025 році внесок подорожей і туризму очікується на рекордному рівні \$11,7 трлн ($\approx 10,3\%$ світового ВВП), а витрати міжнародних відвідувачів – \$2,1 трлн (вище 2019) [7].

ЮНЕСКО підкреслює, що культурний туризм формує значну частку доходів: орієнтовно $\approx 40\%$ світових туристичних надходжень (анкори для суспільної зайнятості та МСП у сфері культури). Це орієнтир, яким широко користуються у 2020-2025 рр., хоча методики оцінювання різняться [8]. Після різкого падіння у 2020-2021 (музеї були закриті в середньому 155 днів, відвідуваність впала $\approx -70\%$), у 2023-2024 музеї та спадщина повертали аудиторію нерівномірно [9].

Звіт The Art Newspaper (Visitor Figures 2024): Лувр – «майже 9 млн» (-1% р/р), Ватиканські музеї – 6,8 млн (майже дорівнює 2019), нові та оновлені музеї в Азії та Океанії демонструють потужний ріст (напр., Shanghai

Museum East – 4,3 млн у стартовий рік; Art Gallery of New South Wales – 2,4 млн, +1 млн до 2019). Водночас окрема група британських музеїв ще нижче доковідних рівнів [10].

Наведена статистика переконливо демонструє масштаб та динаміку розвитку культурного туризму у світі, а також підтверджує його вагомий економічний і соціокультурний потенціал. Водночас кількісні показники лише окреслюють загальні тенденції й не розкривають, яким чином забезпечити збалансований розвиток цього сектору з урахуванням глокалізаційних викликів. Тому наступним кроком доцільно представити концептуальну модель «балансу», яка дозволяє поєднати збереження культурної автентики з використанням сучасних інструментів просування, участю громади, державним регулюванням та партнерством із бізнесом (рис. 4).



Рисунок 4 - Модель «балансу» розвитку культурного туризму в умовах глокалізації

Джерело: розроблено автором

Досягнення гармонії між глобальними трендами та локальною ідентичністю потребує чіткої стратегії, яка базується на принципі балансу. Пропонована модель складається з кількох взаємопов'язаних елементів:

- збереження культурної автентики. Ключовим завданням є захист культурної спадщини від надмірної комерціалізації. Це передбачає документування традицій, розвиток програм охорони нематеріальної спадщини, підтримку носіїв культурних практик. Автентичність має виступати основною «цінністю» туристичного продукту, на якій базується привабливість дестинації;

- використання сучасних інструментів промоції. Цифровізація відкриває нові можливості для презентації культури у глобальному масштабі. Соціальні мережі, мобільні застосунки, віртуальні й

доповнені тури (VR/AR) дозволяють поширювати знання про культурну спадщину, роблячи її доступною широкій аудиторії. Водночас цифрові інструменти не замінюють «живий досвід», а лише підсилюють його, створюючи додаткові канали популяризації;

- регулювання з боку держави та місцевої громади. Ефективний розвиток культурного туризму можливий лише за умови активної участі державних структур і локальних громад. Держава встановлює правові рамки, стандарти якості та механізми охорони культурних ресурсів, тоді як громада виконує роль співтворця туристичного продукту. Така дихотомія «зверху–знизу» дозволяє уникнути надмірного тиску бізнесу на культурну автентичність.

- партнерство з бізнесом. Приватний сектор є важливим рушієм інновацій та інвестицій у сферу туризму. Співпраця бізнесу з місцевими громадами та

культурними інституціями дозволяє поєднати економічну вигоду з соціальною відповідальністю. Прикладом можуть бути крафтові виробництва, які просувають локальну продукцію на глобальному ринку, залишаючи прибутки у регіоні.

Запропонована модель гармонійного розвитку культурного туризму в умовах глокалізації ґрунтується на поєднанні чотирьох ключових складових: збереження автентики, цифрової промоції, регулятивної ролі держави та громади й партнерства з бізнесом. Її сутність полягає у підтриманні рівноваги між культурною ідентичністю та глобальними трендами.

У контексті глобалізаційних процесів глокалізація розглядається як ефективна стратегія інтеграції локальних культурних активів у глобальний економічний простір. Для туристичних територій вона формує нову парадигму розвитку, що поєднує збереження автентичності з нарощуванням економічного потенціалу. Такий підхід дозволяє розглядати культурну спадщину не лише як соціокультурний ресурс, а як економічний актив, здатний генерувати стійкі доходи, інвестиції та зайнятість.

Застосування глокалізаційних підходів у сфері культурного туризму зумовлює мультиплікативний ефект для місцевих економік. Поєднання локальної ідентичності з глобальними стандартами якості стимулює розвиток суміжних галузей – транспорту, готельно-ресторанного бізнесу, ремісництва та креативних індустрій. Це сприяє зростанню валового регіонального продукту (ВРП), підвищенню рівня зайнятості та диверсифікації джерел доходів місцевих бюджетів через туристичний збір, податкові надходження та інвестиційну активність.

Управління туристичними ресурсами в умовах глокалізації базується на принципі балансу між економічною ефективністю та збереженням культурної автентики. Традиційна модель централізованого адміністрування поступово трансформується у партнерську модель управління, що передбачає взаємодію держави, місцевих громад та бізнесу.

Глокалізація має виразний територіальний ефект, що проявляється у децентралізації туристичних потоків та активізації периферійних громад. Створення локальних туристичних кластерів, розвиток креативних просторів і брендинг малих дестинацій сприяють зменшенню регіональних диспропорцій і формуванню нових центрів економічної активності. Водночас інтеграція локальних культурних продуктів у глобальні туристичні маршрути підвищує впізнаваність територій, стимулює розвиток інфраструктури та розширює експорт послуг.

З економічної точки зору, глокалізаційна модель забезпечує диверсифікацію джерел доходів, знижує сезонність попиту та підвищує стійкість регіональних економік до зовнішніх шоків. Вона також сприяє формуванню людського капіталу через розвиток підприємництва, креативних професій та міжкультурної комунікації.

Висновки. У результаті дослідження було встановлено, що глокалізація у сфері культурного туризму виступає ефективною стратегією, здатною поєднати збереження локальної автентики з інтеграцією у глобальний туристичний простір. Дослідження підтвердило, що культурний туризм має потужний економічний і соціокультурний ефект: він стимулює розвиток локальної економіки, створює робочі місця, формує міжкультурний діалог і зберігає спадщину. Водночас глобалізаційні виклики (комерціалізація ресурсів, втрата автентичності, домінування міжнародних брендів) вимагають стратегічного підходу, який дозволяє уникати ризиків культурної стандартизації.

Таким чином, глокалізація постає не лише як виклик, а й як можливість для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, що одночасно відповідає світовим стандартам і зберігає культурну унікальність. Її практична реалізація здатна забезпечити сталий розвиток територій, посилити роль культури в глобальній туристичній системі та сформуванню основи для майбутніх досліджень у сфері кроскультурних стратегій туризму.

Література:

1. Liao Z., Pang Q., Xiao H. Glocalization: Cross-cultural communication of tourism research. *Tourism Management*. 2025. Vol. 108. P. 105129. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105129>.
2. Вахович І., Матвійчук Л., Смаль Б. Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних переваг. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. №6(41). С. 494-502. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v6i41.251512>.
3. Охріменко А., Опанасюк Н. Перенасичення дестинацій як сучасна тенденція розвитку туризму. *Ефективна економіка*. 2019. №12. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.85.
4. Долгова К. Глокалізація туристичного простору як інноваційний підхід розвитку туризму в світі та Україні. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2022. №12-13. С. 768-774. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.29.04.2022.140>.
5. Устименко Л., Назимко Ю. Вплив сучасних travel-трендів на розвиток культурно-туристичних дестинацій України. *Питання культурології*. 2023. №42. С. 296-306. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293803>.
6. Приходько І. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму: овертуризм та андертуризм. *Traditional and innovative scientific research: domestic and foreign experience*. 2024. P. 609-639. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-436-8-22>.
7. World Tourism Barometer. *World Tourism Organization*. 2025. URL: <https://unwto-web.leman.un-icc.cloud/un-tourism-world-tourism-barometer-data>.

8. Supporting museums: UNESCO report points to options for the future. *United Nations Educational, Scientific and Cultural*. 2023. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/supporting-museums-unesco-report-points-options-future>.
9. Global Travel & Tourism is Strong Despite Economic Headwinds. *World Travel & Tourism Council*. 2025. URL: <https://wtcc.org/news/global-travel-and-tourism-is-strong-despite-economic-headwinds>.
10. Cheshire L., Goukassian E. The world's most-visited museums 2024: normality returns – for some. *The Art Newspaper*. 2025. URL: https://www.theartnewspaper.com/2025/04/01/the-worlds-most-visited-museums-2024-?utm_source=chatgpt.com.

References:

1. Liao, Z., Pang, Q., & Xiao, H. (2025). Glocalization: Cross-cultural communication of tourism research. *Tourism Management*, 108, 105129. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105129>.
2. Vakhovych, I., Matviichuk, L., & Smal, B. (2022). Development of the hospitality industry in modern conditions: trends and measures to strengthen competitive advantages. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6(41), 494-502. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v6i41.251512>.
3. Okhrimenko, A. & Opanasiuk, N. (2019). Overtourism as a current trend of tourism development, *Efektivna ekonomika*, 12. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7511>.
4. Dolhova, K. (2022). Glocalization of tourist space as an innovative approach to tourism development in the world and Ukraine. *International scientific journal «Grail of Science»*, 12-13, 768-774. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.29.04.2022.140>.
5. Ustylenko, L., & Nazymko, Y. (2023). The Impact of Modern Travel Trends on the Development of Cultural and Tourist Destinations in Ukraine. *Issues in Cultural Studies*, 42, 296-306. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293803>.
6. Prykhodko, I. (2024). The new trends of the international tourism development: overtourism and undertourism. *Traditional and innovative scientific research: domestic and foreign experience*, 716. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-436-8-22>.
7. World Tourism Organization (2025, May 27). *World Tourism Barometer*. <https://unwto-web.leman.un-icc.cloud/un-tourism-world-tourism-barometer-data>.
8. United Nations Educational, Scientific and Cultural (2023, April 20). *Supporting museums: UNESCO report points to options for the future*. <https://www.unesco.org/en/articles/supporting-museums-unesco-report-points-options-future>.
9. World Travel & Tourism Council (2025, April 9). *Global Travel & Tourism is Strong Despite Economic Headwinds*. <https://wtcc.org/news/global-travel-and-tourism-is-strong-despite-economic-headwinds>.
10. Cheshire, L., & Goukassian, E. (2025, April 1). The world's most-visited museums 2024: normality returns – for some. *The Art Newspaper*. <https://www.theartnewspaper.com/2025/04/01/the-worlds-most-visited-museums-2024>.



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License