

СЕКЦІЯ 4
SECTION 4



ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS

УДК 339.138:338.48(496.5)

Стамат В. М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування,
Миколаївський національний аграрний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5789-4023>

Дзюба М. О.

здобувачка вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет

Стройко А. О.

здобувач вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В АЛБАНІЇ

За останні чотири роки світовий туризм поступово відновлюється через пандемію коронавірусної хвороби Covid-19, збільшується чисельність туристичних потоків, особливо до країн Південної Європи, Балканського регіону [1]. Дослідження споживчої поведінки на туристичному ринку України свідчить про зацікавленість відвідувань «незвичних, загадкових, специфічних» країн, до яких належить Албанія через свою історично-культурну спадщину та туристично-рекреаційний потенціал [2]. Албанія протягом останніх років перетворилася з відносно маловідомого туристичного напрямку на одну з найбільш динамічних країн Південно-Східної Європи у сфері туризму. Вона приваблює туристів поєднанням морського узбережжя, гірських ландшафтів, історико-культурної спадщини, порівняно доступних цін та зростаючої міжнародної впізнаваності. Туризм став одним із ключових драйверів економіки країни, що підтверджується зростанням туристичних потоків, доходів від

подорожей, інвестицій у готельний сектор і транспортну інфраструктуру [3].

Для оцінки рівня розвитку туризму в Албанії доцільно використати такі критерії:

- 1) динаміка туристичних потоків;
- 2) економічне значення туризму для країни;
- 3) розвиненість туристичної інфраструктури;
- 4) різноманітність туристичного продукту.

Одним із найважливіших показників розвитку туризму є кількість туристів. За останні роки Албанія демонструє дуже високі темпи зростання туристичних прибуттів. У 2024 році країна прийняла близько 11,7 млн осіб міжнародних відвідувачів, що свідчить про потужне зміцнення її позицій на європейському туристичному ринку. За даними міжнародних і національних джерел, Албанія входила до числа країн з найшвидшим зростанням туристичних потоків у Європі та світі [4]. Можемо зазначити, що за критерієм туристичних потоків Албанія демонструє високий рівень розвитку туризму.

Туризм в Албанії має не лише соціокультурне, а й значне економічне значення. За оцінками, внесок туристичного сектору у ВВП країни є дуже суттєвим. У 2023-2024 роках туризм забезпечував приблизно чверть економічної активності країни з урахуванням прямих і непрямих ефектів, а частка зайнятих у сфері туризму та суміжних галузях становила близько п'ятої частини всіх робочих місць [4,5]. Таким чином, за економічним критерієм рівень розвитку туризму в Албанії можна охарактеризувати як дуже високий.

Розвиток туризму неможливий без відповідної інфраструктури. Албанія за останні роки значно покращила свої інфраструктурні можливості. Особливо помітний розвиток спостерігається у Тирані, прибережних районах Адріатичного та Іонічного морів, туристичних зонах півдня країни, гірських і природних регіонах, які поступово інтегруються в туристичний ринок. Разом із тим інфраструктурний розвиток ще не є рівномірним. У деяких регіонах зберігаються проблеми транспортної логістики, комунального забезпечення, екологічного навантаження, нестачі якісних сервісів поза піковим сезоном [3]. Таким чином, інфраструктурний рівень

туризму в Албанії можна оцінити як середній із чіткою тенденцією до високого.

Однією з головних ознак успішного туристичного ринку є диверсифікація туристичного продукту. Албанія вже не сприймається лише як бюджетний пляжний напрям, а поступово формує багатокomпонентний туристичний образ.

Пляжний туризм є найбільш розвиненим і найбільш масовим видом туризму в Албанії. Саме він формує основний обсяг міжнародного попиту. Найбільшу популярність мають Албанська Рив'єра, узбережжя Іонічного моря, курорти Адріатичного узбережжя, прибережні міста та курортні селища. Саме пляжний туризм забезпечив Албанії різке зростання міжнародної популярності, особливо серед туристів з Європи. Однак він водночас створює і найбільші ризики: сезонне перевантаження, урбанізацію узбережжя, зростання цін, екологічний тиск і залежність від літнього попиту [3]. Це означає, що пляжний туризм в Албанії перебуває на високому рівні розвитку, але потребує більш збалансованого управління.

Албанія володіє дуже сильним природно-рекреаційним потенціалом. Гори, національні парки, річки, озера, каньйони, природоохоронні території та відносно збережені ландшафти створюють добрі умови для розвитку. Екотуризм в Албанії важливий тому, що розширює туристичний сезон, стимулює розвиток гірських і периферійних територій, сприяє збереженню природних ресурсів, відповідає сучасним трендам відповідального споживання туристичних послуг. Тому, екотуризм в Албанії можна оцінити як перспективний і такий, що активно формується.

Гастрономічний туризм в Албанії розвивається як складова культурного досвіду. На туристичну привабливість країни працюють: локальна кухня, поєднання балканських, середземноморських та османських кулінарних традицій, регіональні продукти, виноробство, локальні фермерські господарства. Поки що гастрономічний туризм не є домінуючим, але він має великий потенціал для брендового просування Албанії на міжнародному ринку.

Отже, туризм в Албанії є однією з найдинамічніших галузей національної економіки та одним із найяскравіших прикладів швидкого туристичного зростання в Європі. Країна має потужний ресурсний

потенціал, який поєднує пляжні, природні, культурні, гастрономічні та пригодницькі можливості. Найбільш розвиненим видом туризму в Албанії залишається пляжний туризм, однак дедалі важливішими стають культурно-пізнавальний, екологічний, гірський, сільський, гастрономічний і міський туризм. Саме їх розвиток є запорукою більш стійкої та конкурентоспроможної туристичної системи. З точки зору маркетингових досліджень, Албанія сьогодні має дуже привабливий туристичний профіль: вона активно зростає, формує сильний бренд і привертає нові сегменти туристів. Водночас її подальший успіх будить залежати від здатності перейти від кількісного зростання до якісного, збалансованого й сталого розвитку туризму.

Список літератури

1. Стамат В.М. Розвиток світової індустрії туризму. *Актуальні питання світової економічної науки* : збірник матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. (м.Полтава, 06 грудня 2022 р.). Полтава. 2022. С. 223-225. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/19699>
2. Стамат В.М., Смирнова А.А., Савченко Н.С. Споживча поведінка на ринку туристичних послуг регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2018. №4. С. 23–34. DOI:[https://doi.org/10.31521/2313-092X/2018-4\(100\)](https://doi.org/10.31521/2313-092X/2018-4(100))
3. Western Balkans Competitiveness Outlook 2024: Albania – Tourism Policy : OECD (2024). URL : https://www.oecd.org/en/publications/western-balkans-competitiveness-outlook-2024-albania_541ec4e7-en/full-report/component-20.html?utm_source=chatgpt.com
4. UN Tourism: Albania first in the world for tourism growth : Official Tourism Website of Albania. URL : https://akt.gov.al/en/un-tourism-shqiperia-e-para-ne-bote-per-rritjen-e-turizmit/?utm_source=chatgpt.com
5. Albania’s Travel & Tourism Sector Bursts onto the World Stage : World Travel & Tourism Council (2024). URL : https://wtcc.org/news/albanias-travel-and-tourism-sector-bursts-onto-the-world-stage-reveals-wttc?utm_source=chatgpt.com