

<https://doi.org/10.26565/2310-9513-2025-22-15>
УДК 338.48-6:796(100)

СВІТОВИЙ РИНОК СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ: СУЧАСНИЙ СТАН, РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Безсмертнюк Тарас Петрович

кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації
Волинський національний університет імені Лесі Українки
просп. Волі, 13, м. Луцьк, Україна, 43025
e-mail: bezsmertniuk.taras@vnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1580-6157>

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі спортивного туризму, який є одним із найдинамічніших сегментів глобальної туристичної індустрії, у формуванні економічного потенціалу регіонів, зміцненні міжнародного співробітництва та розвитку сталого туризму. Предметом дослідження є сучасний стан, регіональні особливості та тенденції розвитку світового ринку спортивного туризму. Метою статті є визначення особливостей функціонування світового ринку спортивного туризму. Завдання дослідження: проаналізувати сучасний стан розвитку світового ринку спортивного туризму; охарактеризувати регіональні особливості ринку; окреслити тенденції розвитку світового ринку спортивного туризму. Для забезпечення об'єктивності дослідження було застосовано такі наукові методи: аналіз; синтез; порівняння; статистичний; структурно-логічне узагальнення; систематизація. Основні результати дослідження свідчать, що світовий ринок спортивного туризму у 2024 році оцінювався в 618,69 млрд доларів США, демонструючи стабільну тенденцію до зростання. Провідним сегментом ринку залишається пасивний спортивний туризм, на який припадає більшість туристичних потоків і фінансових надходжень. Найбільшу частку ринку займає Європа (37%), що зумовлено високим рівнем розвитку інфраструктури та концентрацією спортивних подій світового масштабу. Друге місце посідає Північна Америка, а третє – Азійсько-Тихоокеанський регіон, де активізуються інвестиції в спортивну інфраструктуру. Визначено, що зростання ринку стимулюють популярність масових спортивних подій, урбанізація, цифровізація туристичних послуг і підвищення державної підтримки галузі. Висновки. Світовий ринок спортивного туризму має високий потенціал для подальшого розвитку, що пов'язано з диверсифікацією видів спорту, зростанням ролі цифрових технологій і посиленням уваги до сталого туризму. Перспективними напрямками виступають розширення ностальгічного та активного спортивного туризму, інтеграція інноваційних маркетингових стратегій та зміцнення партнерства між спортивними й туристичними організаціями.

Ключові слова: спортивний туризм, світовий ринок, регіональні особливості, спортивні події, туристична індустрія, тенденції розвитку, сталий розвиток.

Як цитувати: Безсмертнюк Т.П. Світовий ринок спортивного туризму: сучасний стан, регіональні особливості, тенденції розвитку. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2025. № 22. С. 146-154. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2025-22-15>

In cites: Bezsmertniuk T. (2025). Global market of sports tourism: current state, regional features, development trends. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (22), 146-154. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2025-22-15> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації туристична індустрія виступає однією з найдинамічніших сфер світової економіки, що забезпечує значний внесок у формування валового внутрішнього продукту багатьох країн. Одним із провідних сегментів туристичного ринку є спортивний туризм, який поєднує рекреаційні, культурні та економічні функції, сприяє розвитку міжнародної співпраці та формуванню позитивного іміджу держав.

Туризм і спорт є ключовими культурними елементами сучасного світу та мають значний вплив на сучасне суспільство та міжнародний туризм. Спорт і туризм є двома рушійними силами для просування та сталого економічного розвитку туристичних дестинацій, мають значний соціально-економічний вплив, який цінується в більшості громадянських суспільств і дедалі більше визнається урядами держав.

Спортивний туризм стає все більш популярним способом досліджувати нові напрямки, знайомитися з різними культурами та брати участь у спортивних заходах. Відвідування великих спортивних подій, участь в аматорських чи професійних турнірах або заняття екстремальними видами спорту є складовими спортивного туризму, який пропонує унікальний спосіб випробувати себе фізично й морально, створюючи при цьому незабутні враження.

Водночас активний розвиток індустрії спорту, зростання популярності масових змагань, підвищення рівня урбанізації та цифровізації туристичних послуг зумовлюють потребу у глибшому науковому осмисленні процесів, які формують світовий ринок спортивного туризму. Особливої актуальності набуває вивчення регіональних особливостей його розвитку, а також визначення сучасних тенденцій і перспектив цього сегмента в контексті сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження [2] являє собою бібліометричний аналіз тенденцій у наукових публікаціях, що стосуються спортивного туризму в контексті комерції, менеджменту та послуг. Використовуючи дані Scopus за період з 2000 по 2023 рік, автори застосували інструменти Dimensions та VOSviewer для виявлення моделей дослідницького розвитку, провідних авторів та найбільш релевантних журналів. Основна мета полягала у виявленні прогалин у дослідженнях, зокрема слабкого зв'язку між спортивним туризмом та політикою збереження культури. Результати показали експоненційне зростання кількості публікацій та цитувань, а також було виділено теми спортивної спадщини та ностальгії у спортивному туризмі як рекомендовані напрямки для майбутніх досліджень.

У публікації [3] автори аналізують сучасні зв'язки між культурною спадщиною, спортом та туризмом,

стверджуючи, що спортивний туризм є динамічною складовою туристичного бізнесу, часто привертаючи більше відвідувачів, ніж традиційні пам'ятки. Науковці розглядають культурний потенціал спортивної спадщини, включаючи історичні об'єкти, музеї та мегаподії, а також активний спортивний туризм та волонтерський спортивний туризм. Дослідження також зосереджується на необхідності збереження спортивної спадщини та проблемах сталого розвитку спортивного туризму, підкреслюючи, що ця сфера все ще недостатньо вивчена.

Публікація [4] присвячена спортивному туризму та регіональному економічному розвитку. Автори підкреслюють, що як дрібномасштабні, так і великі спортивні події можуть сприяти регіональному розвитку через залучення туристів, створення робочих місць і генерування доходів. Вони також зазначають важливість належного планування та управління для максимізації переваг та мінімізації будь-яких потенційних негативних ефектів.

У статті [1] автори розглядають вплив спортивних подій на спортивний туризм. Науковці стверджують, що великі спортивні події можуть значно підвищити привабливість місця призначення та економічні доходи, але водночас створюють виклики, такі як високі витрати та екологічні проблеми. Основний висновок полягає в тому, що для досягнення сталого розвитку туризму необхідні стратегічне планування та залучення місцевих громад.

Костас Александріс зазначає, що якщо розвивати спортивний туризм відповідно до належної стратегії, він може мати значний позитивний економічний, соціальний та екологічний вплив на місцевому, регіональному та національному рівнях. Тому країни можуть включити спортивний туризм у свої стратегії розвитку туризму, а також для брендингу конкретних туристичних напрямків [9].

Попри стійку тенденцію зростання обсягів спортивних подорожей, ринок спортивного туризму залишається недостатньо вивченим з позицій його глобальної структури, регіональної диференціації та ключових чинників динаміки. Наявні дослідження здебільшого фокусуються на окремих видах спортивного туризму або на аналізі подієвого туризму, що не дає повного уявлення про комплексну систему взаємозв'язків між економічними, соціокультурними та просторовими аспектами цього явища.

Метою статті є визначення особливостей функціонування світового ринку спортивного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спортивний туризм належить до одного із найдинамічніших зростаючих секторів світової туристичної індустрії, що щороку приваблює значну кількість туристів у всьому світі [10]. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, спортивний туризм – це вид туристичної діяльності, який стосу-

ється досвіду подорожі туриста, який або спостерігає як глядач, або бере активну участь у спортивній події, яка загалом включає комерційну та некомерційну діяльність змагального характеру. Спорт і туризм взаємопов'язані та взаємодоповнюють один одного. Сьогодні все більше туристів цікавляться спортивними заходами під час своїх подорожей, незалежно від того, чи є спорт основною метою подорожі, чи ні. Спортивні події різних видів і масштабів приваблюють туристів як учасників або глядачів, а DESTИНАЦІЇ намагаються додати їм місцевого колориту, щоб виділитися і забезпечити автентичний місцевий досвід. Великі спортивні події, такі як Олімпійські ігри та Чемпіонат світу з футболу, можуть стати каталізатором розвитку туризму, якщо їх успішно використати з точки зору брендингу DESTИНАЦІЇ, розвитку інфраструктури та інших економічних і соціальних переваг [7].

Ринок спортивного туризму охоплює послуги, що задовольняють потреби туристів, які шукають спортивних вражень. Відповідний ринок охоплює туристичні агентства, туроператорів і заклади розміщення, адаптовані до потреб спортивних подій та заходів. Зі зростанням інтересу до активного туризму цей ринок задовольняє різноманітні потреби, від масштабних подій до екстремальних видів спорту, та сприяє розвитку місцевої економіки [5].

У 2023 році ринок спортивного туризму був оцінений в 598,2 млрд доларів США [5]. У 2024 році обсяг світового ринку спортивного туризму оцінювався в 618,69 млрд доларів США [6].

На ринку спортивного туризму провідним сегментом є футбол, займаючи 38% ринку, що обумовлено глобальною популярністю футбольних подій, таких як Чемпіонат світу з футболу та Ліга чемпіонів УЄФА, які приваблюють мільйони вболівальників по всьому світу. Значну роль у спортивному туризмі відіграє крикет, особливо в таких країнах, як Індія, Австралія та Велика Британія, де цей вид спорту має величезну популярність. Міжнародні турніри, такий як, наприклад, Кубок світу з крикету, сприяють різкому зростанню туристичного потоку. Автоспорт, включаючи змагання Формули-1 та MotoGP, приваблює спеціалізовану аудиторію, а також спонсорів автоспорту. Подібні заходи часто проводяться на знакових трасах по всьому світу, що допомагає розподілити економічні вигоди від туризму між різними регіонами. До інших форм спортивного туризму належать масштабні міжнародні події, зокрема Олімпійські та Паралімпійські ігри, які охоплюють широкий спектр спортивних дисциплін і залучають учасників та глядачів з усього світу, формуючи унікальний та суттєвий економічний ефект для міст-господарів. Масштабні події проводяться в різних країнах, що значно стимулює місцеву економіку завдяки туристичним витратам на проживання, харчування, подорожі та розваги [5].

Ринок спортивного туризму швидко зростає завдяки світовому інтересу до масштабних спортивних подій, екстремальних видів спорту та фітнес-туризму. Основними провідними компаніями в цьому секторі є BAC Sports (Велика Британія), Inspiresport (Велика Британія), Gullivers Sports Travel Ltd (Велика Британія) та Dream Team Sports Tour (Італія), які утримують міцні позиції, пропонуючи комплексні пакети, персоналізовані враження та широке партнерство зі спортивними організаціями [5].

Компанія BAC Sports пропонує ексклюзивні пакети для масштабних спортивних подій, таких як Чемпіонат світу з футболу та Ліга чемпіонів УЄФА. Зосередження компанії на наданні VIP-послуг, розробленні індивідуальних туристичних маршрутів та підтриманні розгалужених міжнародних зв'язків забезпечує збереження її провідних позицій на ринку. Компанія Inspiresport спеціалізується на організації спортивних турів для шкіл та молодіжних клубів, зосереджуючись на футболі, регбі та хокеї. Співпраця з професійними клубами та тренерами підвищує авторитет та привабливість компанії. Компанія Gullivers Sports Travel Ltd відома своїми пакетами «все включено» для таких масштабних подій, як Олімпійські ігри та Кубок світу з регбі. Компанія пропонує широкий спектр послуг, від квитків на матчі до проживання, що робить її кращим вибором для любителів спорту. Компанія Dream Team Sports Tour пропонує пригодницькі та екстремальні спортивні тури, орієнтовані на любителів гострих відчуттів та фітнесу. Орієнтація компанії на персоналізовані туристичні враження та дотримання високих стандартів безпеки сприяє формуванню її позитивної ділової репутації на ринку. Зазначені компанії стимулюють зростання ринку, пропонуючи унікальні враження, бездоганну логістику та високий рівень обслуговування клієнтів, що позиціонує їх як лідерів на ринку спортивного туризму [5].

Галузь спортивного туризму є висококонкурентною, тому провідні компанії зосереджують свою діяльність на технологічних інноваціях, партнерствах та розширенні бізнесу, щоб закріпитися на ринку. Такі компанії також зосереджуються на власних стратегіях просування, щоб забезпечити високу впізнаваність бренду. Іншими ключовими гравцями світового ринку спортивного туризму є Club Europe Group Travel (Велика Британія), XLSportsTours (США), Sportsnet Holidays (Австралія), DTB Events (Велика Британія), Australian Sports Tours (Австралія), Navigo Sports Tour (США), Melsh Sports Tours (Індія), Allsports Travel (Австралія), Premium Sport Tours (Австралія), La Vacanza Travel (Індія), MATCH Hospitality (Велика Британія), QuintEvents (США) [6; 5].

У 2023 році міжнародний туризм займав провідні позиції в сегменті спортивного туризму, станов-

лячи 61% його обсягу, що зумовлено транскордонною привабливістю масштабних спортивних подій та свідчить про домінування інтересу до закордонних спортивних заходів. Таке домінування зумовлене тим, що масштабні спортивні події характеризуються високим рівнем міжнародної привабливості, залучаючи глобальну аудиторію, яка здійснює міждержавні подорожі з метою підтримки національних збірних та окремих спортсменів. Привабливість поєднання подорожей із переглядом улюбленого виду спорту наживо є потужним мотиватором для міжнародних туристів, що приносить значні економічні вигоди країнам-господарям. Внутрішній спортивний туризм передбачає подорожі мешканців своєї країни для відвідування заходів, що стимулює місцеву економіку завдяки збільшенню витрат на транспорт, готельні послуги та роздрібну торгівлю. Попри те, що внутрішній спортивний туризм є меншим за обсягом у порівнянні з міжнародним туризмом, його вплив залишається стабільним і надійним, забезпечуючи постійні вигоди для різних місць проведення заходів протягом року [5].

Типи споживачів спортивного туризму різняться залежно від виду спорту. Найбільш узагальнена статистика свідчить, що більшість спортивних туристів – це чоловіки у віці від 18 до 34 років, які належать до середнього класу. Разом з тим, вболівальники крикету та регбі, як правило, старші і мають більший наявний дохід, ніж звичайні вболівальники футболу та баскетболу. Попри те, що різні види спорту мають відмінні категорії споживачів спортивного туризму, популярність усіх спортивних дисциплін зростає впродовж останніх років [11].

З погляду структури світового ринку спортивного туризму, провідне місце посідає пасивний спортивний туризм, який охоплює подорожі з метою відвідування міжнародних та національних спортивних подій [6]. Саме цей вид туризму забезпечує найбільші туристичні потоки та обсяги фінансових надходжень, оскільки характеризується високим рівнем витрат на проживання, транспорт, квитки, харчування й розваги. Пасивний спортивний туризм відіграє ключову роль у формуванні іміджу приймальних destination, стимулює розвиток інфраструктури та сприяє економічному зростанню регіонів.

Пасивний спортивний туризм зосереджений на подорожі до місця призначення з наміром спостерігати за подією або турніром, а не брати в ньому участь. Спортивні події можуть бути будь-якого масштабу і значення, включаючи аматорські заходи. Наприклад, найвідомішими спортивними подіями у світі є Чемпіонат світу з футболу, Олімпійські ігри, Тенісні турніри Великого шлема (Відкритий чемпіонат Австралії, Відкритий чемпіонат Франції, Вімблдон, Відкритий чемпіонат США), Кубок Райдера з гольфу, Суперкубок з американського футболу [8].

Активний спортивний туризм передбачає безпосередню участь у спортивних заходах. Активний спортивний туризм приваблює людей, які подорожують спеціально для участі у спортивних заходах, наприклад аматорські турніри, марафони чи велосипедні змагання. Привабливість цього сегмента полягає у поєднанні користі для особистого здоров'я та гострих відчуттів від відвідування нових місць, що, в свою чергу, сприяє значній економічній активності в регіонах, що приймають таких туристів [5]. Наприклад, все частіше популярні забіги, такі як Лондонський марафон, Нью-Йоркський марафон, Берлінський марафон та Бостонський марафон, приваблюють любителів та ентузіастів бігу, щоб позмагатися та отримати досвід пробігу марафону [8].

Ностальгічний спортивний туризм орієнтований на відвідувачів, які цікавляться історією спорту, наприклад, екскурсії по відомих спортивних стадіонах або відвідування старовинних спортивних подій. Попри те, що цей ринок є нішевим, глибокі емоційні зв'язки та унікальні враження, які він пропонує, сприяють збереженню спортивної спадщини та підтримують інтерес до історичних аспектів спорту [5]. Ностальгічний спортивний турист не обов'язково бере активну участь у спортивних змаганнях або виступає як глядач. Його мотивацією може бути прагнення отримати додаткову інформацію або відтворити спогади про улюблені моменти спортивних подій. Прикладами популярних місць для ностальгічного туризму є стадіон «Маракана» (відомий футбольний стадіон у Ріо-де-Жанейро, який має тривалу історію і був найбільшим стадіоном у світі), Олімпійський парк Поблену (парк займає територію в районі Сан-Марті в Барселоні та був побудований наприкінці 1980-х – на початку 1990-х років у рамках підготовки до Олімпійських ігор 1992 року, які проходили в Барселоні) та Зал баскетбольної слави (музей, присвячений історії цього виду спорту та його найвідомішим гравцям, розташований у Спрінгфілді, штат Массачусетс, США) [8].

За географічним розташуванням світовий ринок спортивного туризму поділяється на Азійсько-Тихоокеанський регіон, Північну Америку, Європу, Латинську Америку та Близький Схід і Африку (рис. 1).

Європа лідирує на ринку спортивного туризму з часткою 37,0 %, що становить 221,33 млрд доларів США та обумовлено спортивними подіями світового класу, історичними стадіонами та добре розвинутою туристичною інфраструктурою. Основними напрямками є Велика Британія, Франція, Німеччина та Іспанія, де проводяться такі масштабні події, як Олімпійські ігри, чемпіонати УЄФА та змагання Формули-1 [5].

Європейський регіон характеризується конкурентними перевагами у сфері спортивного ту-



Рис. 1. Регіони світового ринку спортивного туризму [5]
Fig. 1. Regions of the global sports tourism market [5]

ризму, що зумовлено високим рівнем розвитку транспортної інфраструктури, різноманітням спортивних пропозицій та активною державною підтримкою галузі. Крім того, широкий спектр послуг як для глядачів, так і для учасників, у поєднанні з ефективними маркетинговими кампаніями, сприяє підвищенню ефективності ринку. Культурна інтеграція спорту та туризму ще більше підвищує привабливість Європи на ринку світового спортивного туризму [5].

Зростає популярність у Європі таких видів спорту, як теніс, крикет, футбол, баскетбол, гольф, регбі та інших сприяє зростанню світового ринку. Ринок Великої Британії продовжує розширюватися, і, за оцінками, за результатами 2025 року його ринкова вартість досягне 24,11 млрд доларів США. Крім того, зростання кількості спортивних заходів і турнірів у регіоні сприяло підвищенню зацікавленості населення у відвідуванні спортивних подій та участі в них. За прогнозами, у 2025 році обсяг ринку спортивного туризму в Німеччині становитиме 19,72 млрд доларів США, тоді як у Франції – 57,63 млрд доларів США, що свідчить про стійке зростання економічного потенціалу цього сегмента [6]. Очікується, що вплив Європи на ринок спортивного туризму буде зростати завдяки майбутнім міжнародним заходам та зростанню інтересу до екстремальних видів спорту. Розширення цифрового маркетингу та поліпшення транспортного сполучення зміцнять позиції регіону на світовому ринку [5].

Північна Америка посідає друге місце серед провідних регіонів світового ринку спортивного туризму. Динамічний розвиток технологій та активне будівництво сучасних спортивних об'єктів у регіоні сприяють зростанню туристичних потоків, орієнтованих на відвідування спортивних заходів. Високий рівень популярності таких видів спорту, як футбол, баскетбол і бейсбол, формує стійкий інтерес до спортивних подій та стимулює збільшення кількості відвідувачів стадіонів. За прогнозними оцінками, обсяг ринку спортивного туризму у Сполучених Штатах Америки у 2025 році сягне 171,74 млрд доларів США [6]. Північна Америка зберігає стабільне зростання, яке стимулюється такими великими лігами, як NFL (Національна футбольна ліга), NBA (Національна баскетбольна асоціація) та MLB (Професіональна бейсбольна ліга), що приваблюють як внутрішніх, так і міжнародних туристів [5].

Азійсько-Тихоокеанський регіон є третім за величиною ринком. Збільшення кількості внутрішніх та міжнародних спортивних заходів виступає чинником активізації туристичної мобільності населення, стимулюючи подорожі з метою відвідування улюблених команд, спортсменів та визначних спортивних подій. За даними Cricket Australia, продажі квитків на Border-Gavaskar Trophy Series 2024–2025 з Індії в шість разів перевищують показники минулого року і в десять разів перевищують показники сезону 2018/19. Прогнозується, що китайський ринок отримає 47,29 млрд доларів

США в 2025 році. Зростальний інтерес населення до такого виду спорту, як крикет, ще більше сприятиме зростанню ринку в регіоні. За оцінками, в 2025 році обсяг ринку в Індії досягне 34,53 млрд доларів США, а в Японії – 20,07 млрд доларів США [6]. Азійсько-Тихоокеанський регіон демонструє швидке зростання, яке стимулюється збільшенням інвестицій у спортивну інфраструктуру та зростанням інтересу до таких подій, як Олімпійські ігри та турніри з крикету [5].

Латинська Америка є четвертим за величиною ринком спортивного туризму. Латинська Америка демонструє стабільне зростання, яке стимулюється популярними футбольними подіями, культурними спортивними традиціями та зусиллями з розвитку пригодницького туризму в таких країнах, як Бразилія та Аргентина [5; 6].

Регіон Близький Схід та Африка демонструє потенціал, який підтримується такими масштабними подіями, як Чемпіонат світу з футболу в Катарі, та інвестиціями в гольф і автоспорт. Очікується, що ринок Об'єднаних Арабських Еміратів за результатами 2025 року буде оцінюватися в 5,55 млрд доларів США [5; 6].

Латинська Америка та Близький Схід демонструють стале зростання сектору спортивного туризму, що зумовлено підвищенням ефективності маркетингових стратегій у соціальних мережах, зростанням рівня доходів населення, урбанізаційними процесами та посиленням зацікавленості у спортивних заходах. Крім того, високий рівень організації спортивних подій виступає додатковим чинником привабливості для відвідувачів, що сприяє подальшому розширенню ринку в зазначених регіонах [6].

Зростанню ринку світового спортивного туризму сприяє тенденція зростання кількості спортивних турнірів у всьому світі. Зростальна популярність спортивних турнірів, таких як Кубок світу з крикету, Чемпіонат світу з футболу, Олімпійські ігри, фінали Національної баскетбольної асоціації, Кубок світу з регбі, Вімблдон та інші, сприяє зростанню індустрії спортивного туризму. Зростання кількості спортивних турнірів різних видів і масштабів приваблює національних і міжнародних туристів як глядачів або учасників, що сприяє успіху цих турнірів. За даними Всесвітньої туристичної організації, спортивний туризм є найдинамічнішим сектором туризму. Крім того, зростання державної підтримки та корпоративних інвестицій у спортивні турніри ще більше заохочує населення до участі у спортивних заходах. Розширення спортивної інфраструктури, а саме будівництво стадіонів, академій, тренувальних баз та спортивних комплексів, є факторами, що сприяють зростанню ринку [6].

Проведення масштабних спортивних заходів значно стимулює розвиток ринку спортивного туризму. Подібні події приваблюють міжнародних

відвідувачів, сприяючи розвитку місцевої економіки та туристичної інфраструктури. Міста, які приймають такі заходи, як Олімпійські ігри або чемпіонати світу, отримують світову популярність, що сприяє розвитку туризму в майбутньому. Зростання кількості туристів під час таких заходів збільшує попит на житло, оренду помешкань для відпочинку, транспорт та місцеві атракції. Масштабні події часто призводять до довгострокових інвестицій у спортивні споруди та інфраструктуру. Зазначені покращення підвищують загальну привабливість місця призначення, роблячи його більш привабливим для майбутніх туристів. Крім того, висвітлення великих спортивних подій у засобах масової інформації сприяє просуванню місця проведення як бажаного туристичного напрямку. Подібна форма маркетингової комунікації сприяє формуванню стійкого іміджу бренду та забезпечує підвищення залученості споживачів спортивного туризму впродовж усього року. Можливість приймати великомасштабні спортивні події створює позитивний ефект для ринку спортивного туризму. Це не тільки приносить негайні економічні вигоди, але й сприяє сталому зростанню завдяки вдосконаленню інфраструктури та глобальному визнанню [5].

Разом з тим, відбувається зростання попиту на висококонкурентні субелітні змагання. Зростає популярність спортивних заходів, де індивідуальний результат має більше значення, ніж конкуренція з іншими учасниками. До таких змагань належать триатлони, забіги Ironman, маунтинбайк тощо. Багато спортсменів беруть участь у серйозних тренувальних програмах для підготовки до своїх цільових змагань, але різниця між ними та елітними спортсменами полягає в тому, що вони орієнтуються на себе, а не на результат. Попит частково пояснюється великою кількістю нових видів спорту, які були винайдені в останні роки. Деякі з цих видів спорту стали дуже популярними. Одним із прикладів є паддлбол, який особливо популярний в Іспанії. Нові види спорту дають можливість країнам проводити заходи, такі як турніри та чемпіонати [9].

Зростання технологій та онлайн-бронювання революціонізувало індивідуальний досвід та участь у спортивних заходах. Зазначені вдосконалення значно покращили залучення громадськості та фінансові прибутки спортивних організацій, надавши вигідні платформи для просування, зв'язків та культурного обміну. Технології зробили спортивне обладнання більш довговічним, досконалим та функціональним, спростили процес організації подорожей, бронювання готелів та купівлі квитків на спортивні події по всьому світу. Зростання популярності смартфонів та поширення інтернету в усьому світі підвищили ефективність онлайн-платформ для бронювання. Підвищення обізнаності про привабливі винагороди, політику повернен-

ня коштів та інші пропозиції спонукало споживачів бронювати квитки онлайн. Відомі туристичні агентства, такі як MakeMyTrip PVT. LTD., TripAdvisor LLC та інші, запускають зручні вебсайти, які допомагають споживачам бронювати квитки за допомогою смартфонів та ноутбуків, що ще більше сприяє зростанню світового ринку спортивного туризму [6]. Технологічний прогрес зробив спортивну інформацію та спортивні події більш доступними та зрозумілими, полегшивши людям планування своїх подорожей заздалегідь. Очікується, що в міру вдосконалення онлайн-платформ і зростання знань користувачів, доступність інформації в найближчі роки ще більше зростатиме [9].

Зростанню ринку світового спортивного туризму сприяє тенденція зростання популярності соціальних мереж та цифрових платформ для просування спортивних турнірів. Соціальні мережі стали найважливішим інструментом для просування спортивних турнірів та заходів. Користувачі мережі проводять значну кількість часу в соціальних медіа, таких як Facebook, Instagram, YouTube та інші, що дозволяє організаторам спортивних заходів ефективно просувати свої майбутні події або турніри на цих платформах. Крім того, спортивні організації створюють креативний контент для просування своїх команд і гравців та заохочення глядачів відвідувати стадіони, щоб насолодитися спортом. Соціальні мережі дають спортивним лігам можливість в режимі реального часу спілкуватися з уболівальниками по всьому світу, дозволяючи національним і міжнародним уболівальникам зв'язуватися зі своїми улюбленими гравцями або командами. Зростання рекламної діяльності спортивних подій або турнірів у всьому світі заохочує любителів спорту та окремих осіб насолоджуватися спортом на стадіонах [6].

Ще одним фактором, що сприяє розвитку ринку спортивного туризму, є тенденція зростання екологічного спортивного туризму. Сталий розвиток стає все більш важливим для туристів, які шукають екологічно відповідальні варіанти подорожей. Екологічні ініціативи в галузі спортивного туризму, такі як екологічне управління подіями та будівництво екологічних об'єктів, приваблюють свідому частину населення. Зазначена тенденція узгоджується з глобальним прагненням до зменшення вуглецевого сліду та сприяння сталому розвитку. Інтеграція екологічно чистих технологій, таких як відновлювані джерела енергії та системи зменшення відходів, підвищує привабливість напрямків спортивного туризму. Зазначені досягнення не лише приваблюють туристів, але й забезпечують довгострокову життєздатність туристичних напрямків. Крім того, партнерство з екологічними організаціями та сертифікати сталого розвитку можуть підвищити надійність та привабливість

пропозицій спортивного туризму. Така співпраця сприяє довірі та заохочує більше туристів обирати екологічно чисті варіанти спортивного туризму [5].

Спостерігається тенденція до зростання попиту на проведення сталих спортивних подій. Провідні спортивні організації дедалі частіше інтегрують принципи сталого розвитку у процес планування та реалізації своїх заходів. Зокрема, спостерігається підвищення вибірковості у використанні інфраструктурних об'єктів для проведення спортивних заходів. Якщо раніше пріоритет надавався будівництву нових стадіонів, то нині акцент зміщується на раціональне використання наявної інфраструктури або спорудження екологічно сталих тимчасових спортивних об'єктів. Принципи сталого розвитку дедалі частіше інтегруються до вимог тендерних процедур, що визначають умови організації та проведення спортивних заходів. Провідні спортивні організації демонструють зростаючу зацікавленість у зниженні рівня викидів вуглекислого газу, пов'язаних із проведенням спортивних заходів. Така тенденція насамперед стосується організаторів масштабних подій і поширюється на їхніх постачальників, оскільки останні зобов'язані дотримуватися вимог щодо сталого розвитку, визначених замовниками. Надалі зазначені вимоги можуть мати вплив і на організаторів подій меншого масштабу, особливо у випадках, коли вони співпрацюють із великими спортивними структурами або отримують від них підтримку [9].

Туристичні дестинації, що здійснюють інвестиції у розвиток спортивної інфраструктури та впроваджують інструменти цифрового маркетингу, мають високі перспективи для ефективного залучення частки зростаючого сегмента ринку спортивного туризму. Даний вид туризму виступає потужним чинником економічного зростання, сприяє міжкультурній взаємодії та популяризації здорового способу життя. З огляду на подальше зростання глобального інтересу до спорту, держави та туристичні оператори, які адаптуються до цієї тенденції, отримають значні конкурентні переваги та можливість для розвитку у середньостроковій перспективі [10].

Висновки. Спортивний туризм є одним із найдинамічніше зростаючих сегментів світового туристичного ринку, який поєднує рекреаційні, економічні, соціальні та культурні функції. Його розвиток зумовлений зростанням популярності масових спортивних заходів, урбанізацією, розширенням інфраструктурних можливостей та цифровізацією туристичних послуг. У структурі світового ринку спортивного туризму провідні позиції займає пасивний спортивний туризм, який формує найбільшу частку туристичних потоків і фінансових надходжень. Водночас активний і ностальгічний спортивний туризм поступово розширюють свою

аудиторію, демонструючи високий потенціал для подальшого зростання.

Регіональні особливості розвитку свідчать, що лідером залишається Європа (37 % ринку), що зумовлено її спортивною спадщиною, високим рівнем інфраструктурного розвитку та культурною інтеграцією спорту і туризму. Північна Америка зберігає стабільні темпи зростання завдяки впливу провідних професійних ліг, а Азійсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі темпи приросту, обумовлені масштабними інвестиціями в спортивну інфраструктуру та популярністю крикету й Олімпійських ігор. Ринки Латинської Америки, Близького Сходу та Африки поступово посилюють свої позиції, використовуючи переваги культурної і спортивної унікальності.

Визначено, що ключовими тенденціями розвитку світового ринку спортивного туризму є: зростання кількості міжнародних та регіональних спортивних подій; зростання попиту на висококонкурентні субелітні змагання; активне впровадження цифрових технологій у процеси бронювання, маркетингу та комунікації зі споживачами; зростання популярності соціальних мереж та цифрових платформ для просування спортивних турнірів; зростання екологічного спортивного туризму, зростання попиту на

проведення сталих спортивних подій; орієнтація на персоналізований досвід туристів і розвиток нішевих сегментів (екстремальний, ностальгичний, фітнес-туризм); формування стратегій сталого розвитку спортивного туризму.

Спортивний туризм виступає не лише інструментом економічного зростання, а й ефективним засобом міжкультурної комунікації, формування позитивного іміджу держав і регіонів та просування принципів сталого розвитку.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження доцільно зосередити на кількісному аналізі впливу спортивного туризму на економіку регіонів, механізмах підвищення його екологічної та соціальної ефективності, а також на розробленні моделей стратегічного управління спортивним туризмом у глобальному вимірі. Важливим напрямом майбутніх досліджень є оцінювання ролі маркетингових комунікацій і цифрових технологій у підвищенні конкурентоспроможності спортивно-туристичних продуктів, а також прогнозування тенденцій ринку з урахуванням регіональних особливостей. Доцільним є аналіз економічної ефективності спортивних подій різного рівня з огляду на їхній внесок у соціально-економічний розвиток територій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Abdollahi A., Ramezaninezhad R., Naderi Nasab M. The Impact of Sporting Events on Sports Tourism. *Study and Innovation in Education and Development*. 2024. 4(3). pp. 136–152. <https://doi.org/10.61838/jsied.4.3.8>
2. Handayani S. R., Fauzi R. A., Ma'mun A., Gaffar V., Fitri M., Mulloh F., Daya W. J., Harmaman H., Sutikno A. Y. W., Angoy R. D., Ockta Y., Festiawan R. Global research on sport tourism in commerce, management, tourism, and services: bibliometric analysis. *Retos*. 2025. 63. pp. 855–867. <https://doi.org/10.47197/retos.v63.108869>
3. Malchrowicz-Mosko Ewa, Munsters Wil. Sport tourism: a growth market considered from a cultural perspective. *IDO MOVEMENT FOR CULTURE. Journal of Martial Arts Anthropology*. 2018. Vol. 18, no. 4, pp. 25–38. <https://doi.org/10.14589/IDO.18.4.4>
4. Raso G., Cherubini D. The sport tourism and regional economic development: A systematic review. *Scientific Journal of Sport and Performance*. 2024. 3(1). pp. 108–121. <https://doi.org/10.55860/JKWX7277>
5. Sports Tourism Market. URL: <https://market.us/report/sports-tourism-market/>
6. Sports Tourism Market. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/sports-tourism-market-110568>
7. Sports Tourism. United Nations World Tourism Organization. URL: <https://www.untourism.int/sport-tourism>
8. Sports tourism – what is it? Universidad Europea. URL: <https://universidadeuropea.com/en/blog/sports-tourism/>
9. The European market potential for sports tourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/sport-tourism/market-potential>
10. What Is Sports Tourism? A Fast-Growing Sector in Global Travel. URL: <https://live.worldtourismforum.net/news/what-is-sports-tourism-a-fast-growing-sector-in-global-travel>
11. What Is Sports Tourism? Sports Management Degree Guide. URL: <https://www.sports-management-degrees.com/faq/what-is-sports-tourism/>

Стаття надійшла до редакції 19.10.2025

Стаття рекомендована до друку 21.11.2025

Опубліковано 30.11.2025

Taras Bezsmertniuk, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, Tourism and Recreation, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13 Voli Ave., Lutsk, Ukraine, 43025, e-mail: bezsmertniuk.taras@vnu.edu.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1580-6157>

GLOBAL MARKET OF SPORTS TOURISM: CURRENT STATE, REGIONAL FEATURES, DEVELOPMENT TRENDS

The relevance of this study is determined by the growing role of sports tourism, which is one of the most dynamic segments of the global tourism industry, in shaping the economic potential of regions, strengthening international cooperation, and promoting sustainable tourism development. The subject of the study is the current state, regional features, and development trends of the global sports tourism market. The purpose of the article is to identify the peculiarities of the functioning of the global sports tourism market. The objectives of the study are to analyse the current state of development of the global sports tourism market, characterise the regional features of the market, and outline the trends in the development of the global sports tourism market. To ensure the objectivity of the study, the following scientific methods were employed: analysis, synthesis, comparison, statistical analysis, structural-logical generalization, and systematization. The main results of the study show that the global sports tourism market in 2024 was estimated at \$618.69 billion, demonstrating a stable growth trend. Passive sports tourism remains the leading market segment, accounting for the majority of tourist flows and financial revenues. Europe accounts for the largest share of the market (37%), due to its highly developed infrastructure and concentration of global sporting events. North America ranks second, followed by the Asia-Pacific region, where investments in sports infrastructure are intensifying. It has been determined that market growth is stimulated by the popularity of mass sporting events, urbanisation, the digitalisation of tourism services, and increased government support for the industry. Conclusions. The global sports tourism market has high potential for further development, which is associated with the diversification of sports, the growing role of digital technologies, and increased attention to sustainable tourism. Promising areas include the expansion of nostalgic and active sports tourism, the integration of innovative marketing strategies, and the strengthening of partnerships between sports and tourism organisations.

Keywords: *sports tourism, global market, regional characteristics, sporting events, tourism industry, development trends, sustainable development.*

REFERENCES

1. Abdollahi A., Ramezanezhad R., Naderi Nasab M. The Impact of Sporting Events on Sports Tourism. *Study and Innovation in Education and Development*. 2024. 4(3). pp. 136–152. <https://doi.org/10.61838/jsied.4.3.8>
2. Handayani S. R., Fauzi R. A., Ma'mun A., Gaffar V., Fitri M., Mulloh F., Daya W. J., Harmaman H., Sutikno A. Y. W., Angoy R. D., Ockta Y., Festiawan R. Global research on sport tourism in commerce, management, tourism, and services: bibliometric analysis. *Retos*. 2025. 63. pp. 855–867. <https://doi.org/10.47197/retos.v63.108869>
3. Malchrowicz-Mosko Ewa, Munsters Wil. Sport tourism: a growth market considered from a cultural perspective. *IDO MOVEMENT FOR CULTURE. Journal of Martial Arts Anthropology*. 2018. Vol. 18, no. 4, pp. 25–38. <https://doi.org/10.14589/IDO.18.4.4>
4. Raso G., Cherubini D. The sport tourism and regional economic development: A systematic review. *Scientific Journal of Sport and Performance*. 2024. 3(1). pp. 108–121. <https://doi.org/10.55860/JKWX7277>
5. Sports Tourism Market. URL: <https://market.us/report/sports-tourism-market/>
6. Sports Tourism Market. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/sports-tourism-market-110568>
7. Sports Tourism. United Nations World Tourism Organization. URL: <https://www.untourism.int/sport-tourism>
8. Sports tourism – what is it? Universidad Europea. URL: <https://universidadeuropea.com/en/blog/sports-tourism/>
9. The European market potential for sports tourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/sport-tourism/market-potential>
10. What Is Sports Tourism? A Fast-Growing Sector in Global Travel. URL: <https://live.worldtourismforum.net/news/what-is-sports-tourism-a-fast-growing-sector-in-global-travel>
11. What Is Sports Tourism? Sports Management Degree Guide. URL: <https://www.sports-management-degrees.com/faq/what-is-sports-tourism/>

The article was received by the editors 19.10.2025

The article is recommended for printing 21.11.2025

Published 30.11.2025