

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-8>

УДК 338.48:339.92(64)

# МАРОККО: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

## MOROCCO: FEATURES OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT

**Дубіс Лідія Францівна**доктор географічних наук, професор,  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5231-3920>**Габчак Наталія Францівна**кандидат географічних наук, доцент,  
Державний вищий навчальний заклад  
«Ужгородський національний університет»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5549-7793>**Dubis Lidiya**

Ivan Franko National University of Lviv

**Habchak Natalia**

State University «Uzhhorod National University»

У статті досліджено особливості розвитку туризму Королівства Марокко в умовах глобальних викликів і структурних трансформацій у період 2019-2024 років. Проаналізовано наукові праці вітчизняних вчених із зазначеної проблематики та виокремлено сильні сторони туристичної привабливості країни. Виділено три головні етапи у динаміці кількості іноземних туристів за період 2013-2024 рр.. Особливу увагу приділено дослідженню глобальних викликів на структуру, обсяги та просторову конфігурацію туристичних потоків Марокко. Доведено чітке переважаєння європейського туристичного сегмента, який і надалі залишається домінуючим ринком для Марокко, формуючи понад половину міжнародних прибуттів, із ключовою роллю Франції та Іспанії. Особливий акцент зроблено на стратегії розвитку туризму в умовах посткризової трансформації туристичної галузі. Обґрунтовано важливість реалізації Дорожньої карти як важливого стратегічного документа розвитку Королівства Марокко (2023р.) в сфері послуг. Охарактеризовано та передбачено модернізацію 9 тематичних і 5 міжгалузевих секторів, які в більшості орієнтовані на розвиток міжнародного туризму. Виділено диверсифіковану модель розвитку туристичної спеціалізації Марокко, яка передбачає поєднання різних видів туристичної діяльності, орієнтованих як на міжнародні, так і на внутрішні туристичні потоки. Запропоновано п'ять основних кроків, які забезпечать конкурентоспроможність туристичного ринку на державному рівні країни і сприятимуть зростанню кількості міжнародних туристів.

**Ключові слова:** Марокко, африканський туристичний регіон, міжнародні прибуття, туристичні потоки, глобальні виклики, трансформація туризму, туристична спеціалізація, стратегія розвитку.

The article examines the features of tourism development in the Kingdom of Morocco under global challenges and structural transformations during the period 2019-2024. The scientific works of Ukrainian scholars on this issue are analyzed, and the key strengths of the country's tourism attractiveness are identified. Three main stages in the dynamics of international tourist arrivals during 2013-2024 are distinguished. Particular attention is paid to the impact of global challenges on the structure, volume, and spatial configuration of Morocco's tourist flows. The clear predominance of the European tourist segment is proven, which continues to remain the dominant market for Morocco, accounting for more than half of international arrivals, with the leading role of France and Spain. Special emphasis is placed on the tourism development strategy in the context of the post-crisis transformation of the tourism sector. The importance of implementing the Roadmap as a key strategic document for the development of the Kingdom of Morocco (2023) in the service sector is substantiated. The Roadmap provides for the modernization of 9 thematic and 5 cross-sectoral sectors, most of which are focused on the development of international tourism. A diversified model of tourism specialization development in Morocco is identified, which involves the combination of various types of tourism activities oriented toward both international and domestic tourist flows. In particular,



it is based on the development of beach and resort tourism along the Atlantic Ocean and Mediterranean coasts, cultural tourism based on the rich historical and cultural heritage of imperial cities, nature-oriented tourism in the Atlas Mountains, adventure tourism in the desert landscapes of the Sahara, as well as the expansion of business, event, and gastronomic tourism. It is proven that such multidirectional diversification of tourism offerings contributes to the diversification of the country's tourism product, enhances its competitiveness in the global tourism market, and supports the formation of stable international tourist flows. A sectoral model is proposed that reflects the spatial and functional differentiation of tourism development with a clear distinction between international and domestic tourist flows. Five key steps are also proposed to ensure the competitiveness of the tourism market at the national level and to contribute to the growth of international tourist arrivals.

**Keywords:** Morocco, African tourism region, international arrivals, tourist flows, global challenges, tourism transformation, tourism specialization, development strategy.

**Постановка проблеми.** В сучасному світі міжнародний туризм є одним з ключових секторів економіки багатьох країн. Він суттєво впливає на їх соціально-економічний розвиток, валютні надходження та визначає інвестиційну привабливість. Однією з таких країн є Королівство Марокко. Країна має вигідне стратегічне географічне положення, що робить її «воротами» між Європою та Африкою, а стабільна геополітична ситуація упродовж останніх десятиліть однією із найпривабливіших у цьому регіоні. Про це свідчить стрімке зростання міжнародних туристичних потоків, що фіксується з 2023 року. Максимальна кількість іноземних туристів (17,4 мільйони) відвідали країну у 2024 році й ця тенденція збереглася у 2025 році. Згідно прогнозів Міністерства туризму, ремесел, соціальної та солідарної економіки Королівство Марокко така кількість туристів передбачалась в країні тільки у 2026 році. Стрімкий розвиток міжнародного туризму вплинув на зростання валютних надходжень, іноземних інвестицій, що зумовило значну трансформацію туристичного ринку країни та збільшення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. У цьому контексті вивчення питань сучасного стану та розвитку міжнародного туризму Марокко набуває особливої актуальності.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

На сьогодні у вітчизняній науковій літературі відсутні спеціалізовані дослідження, присвячені природно-ресурсній та історико-культурній основі розвитку туризму Марокко. Українські науковці здебільшого аналізують загальні світові тенденції або окремі міжнародні кейси тоді як саме Марокко виступає предметом порівняльного, а не спеціального дослідження. Наприклад, В. Монастирський окремих фрагментом характеризує Марокко, його природно-кліматичні умови в локації водних узбереж, гір Атласу, пустелі Сахари та ключових туристичних центрів [1]. Н. Нефедова, В. Яворська, С. Куделіна даючи географічну

оцінку туристичним регіонам світу подають Марокко в складі Північноафриканського туристичного регіону [2]. Д. Фодор, А. Товт, А. Лінц у темі «Країни Північної Африки» особливе місце відводять вивченню географічних та туристичних особливостей даної країни [3]. Проблеми функціонування міжнародного туристичного ринку та формування туристичних потоків досліджуються у працях І. Смирнова, який аналізує географію міжнародних туристичних переміщень та фактори розвитку туристичних дестинацій. У його дослідженнях країни Північної Африки, зокрема Марокко, розглядаються як перспективний регіон розвитку міжнародного туризму, що активно інтегрується у світову туристичну систему завдяки розвитку інфраструктури, модернізації туристичних центрів та диверсифікації туристичного продукту [4]. Важливий внесок у дослідженнях з даної тематики зробили праці І. Дахна, який розглядає соціально-економічні та культурні особливості різних країн світу, у тому числі держав Північної Африки. У його роботах виокремлюється історико-культурна спадщина Марокко, що представлена стародавніми медунами, палацовими комплексами, традиційними ринками, які формують основу розвитку культурного та пізнавального туризму [5]. Також чимало інформації про Марокко подається у країнознавчих працях таких вчених як О. Бейдика, О. Любіцевої, М. Мальської, Н. Антонюк та Н. Ганич та ін. Таким чином, аналіз вітчизняної наукової літератури свідчить, що українські дослідники розглядають цю країну як приклад перспективної туристичної дестинації Північної Африки з потужним природним, культурним та економічним потенціалом розвитку туристичної індустрії.

**Постановка завдання (мета).** Мета дослідження полягає у комплексному аналізі особливостей розвитку міжнародного туризму в Королівстві Марокко, визначенні основних чинників туристичної привабливості країни,

виділення напрямів міжнародних туристичних потоків, а також виокремлення головних етапів у динаміці кількості іноземних туристів упродовж 2013–2024 рр. з метою визначення сучасних тенденцій і перспектив розвитку туристичної індустрії території дослідження.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Королівство Марокко в останні роки є лідером серед країн Північної Африки з розвитку міжнародного туризму. Країна, площею 446 550 км<sup>2</sup> та населенням 38 430 770 чоловік, є мусульманською країною з багатою історією, культурною спадщиною та різноманітними унікальними ландшафтами [6]. Близькість розташування до Європи, стабільна геополітична ситуація та державна політика у сфері туризму вплинули на стрімке зростання її економіки складовою якої є сфера послуг.

Королівство Марокко – країна із значним потенціалом рекреаційно-туристичних ресурсів, що є підставою розвитку міжнародного туризму. Різноманітність та мальовничість ландшафтів (від пустелі Сахара на півдні до Атласних гір на півночі та Атлантичного узбережжя на заході) роблять її однією з найпривабливіших країн Північної Африки для туристів. В країні створено 11 національних парків, лінія узбережжя сягає понад 3500 км, є значна історико-культурна спадщина. Так, у Марокко є численні історичні міста, у тому числі Фес, Марракеш, Агадір, Рабат та ін.. Кожне з цих міст має свої унікальні культурні пам'ятками (мечеті, палаци та фортеці), що вражають своєю архітектурою і самобутністю. Особливими є їхні медина – історичні центри міст за високими стінами, які зберегли архітектуру і атмосферу завдяки своїй дивовижній архітектурі, яскравим базарам та вузьким звивистим вуличкам [7].

Марокко характеризується низкою конкурентних переваг, що формують його стійкі позиції на міжнародному туристичному ринку, серед яких слід виокремити наступні:

1) географічне положення держави є одним із її ключових конкурентних переваг, оскільки вона розміщена на стику континентів і відділена від Європи лише 14 кілометрами. Вигідна просторово-транспортна конфігурація доповнюється розвиненою торговельно-логістичною інфраструктурою, зокрема функціонуванням сучасного порту Танжер-Мед, який забезпечує 184 морські сполучення з 77 країнами світу та виступає важливим хабом міжнародних вантажопотоків, функціонує 19 міжнародних аеропортів і 44 порти,

добре розвинена мережа залізниць та автошляхів [8];

2) інвестиційна політика країни, у тому числі й туризм, де іноземні інвестори мають такі ж умови і державний захист як і національні компанії. Розроблена, впроваджена дієва правова та регуляторна база, яка створила привабливі умови для інвесторів, зокрема це (100 угод) про уникнення подвійного оподаткування та захист інвестицій, вільне вивезення прибутків і капіталу для нерезидентів та відсутність обмежень щодо доступу до власності на землю для іноземних інвесторів і відсутність обмежень щодо володіння дочірніми компаніями в Марокко та можливість володіти до 100% капіталу компаній іноземцями;

3) розширення та зміцнення медичного сектору, у тому числі реалізована нині реформа системи охорони здоров'я, що включає медичне страхування і безпосередньо торкається питання безпеки туристів;

4) акцентна увага держави на розвиток сфери послуг, що є найбільшим сектором економіки Марокко, а туризм є однією з найважливіших сфер у цій галузі;

5) створення у грудні 2007 спеціальної агенції з розвитку туризму – SMIT (Спеціальна агенція з розвитку туризму Марокко – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique), робота якої зосереджена передусім на підтримці інвестицій у сферу туризму. Головна мета – розвиток та покращення туристичного продукту в Марокко надає підтримку інвесторам з усього світу, пропонуючи індивідуальні туристичні можливості та забезпечуючи всебічний супровід протягом усього інвестиційного процесу. Марокко займає перше місце серед країн Африки за обсягом прямих іноземних інвестицій у туристичні проекти з нуля (greenfield FDI) [9];

5) розвиток зеленої енергетики, що зменшує вартість туристичних послуг і продукту та робить країну більш конкурентоздатною на міжнародному туристичному ринку. Так, згідно стратегії Королівства Марокко до 2030 року 52% енергії має бути продукуювано за рахунок сонячної, вітрової та гідроенергії [8].

Сукупність окреслених сильних сторін не лише формує сприятливе інвестиційне та просторове середовище, але й безпосередньо детермінує динамічний розвиток туристичного сектору, що забезпечує диверсифікацію національної економіки. Так, аналіз даних (рис. 1) дав змогу виокремити три головні етапи у динаміці кількості іноземних туристів за період 2013-2024 рр. *Перший*

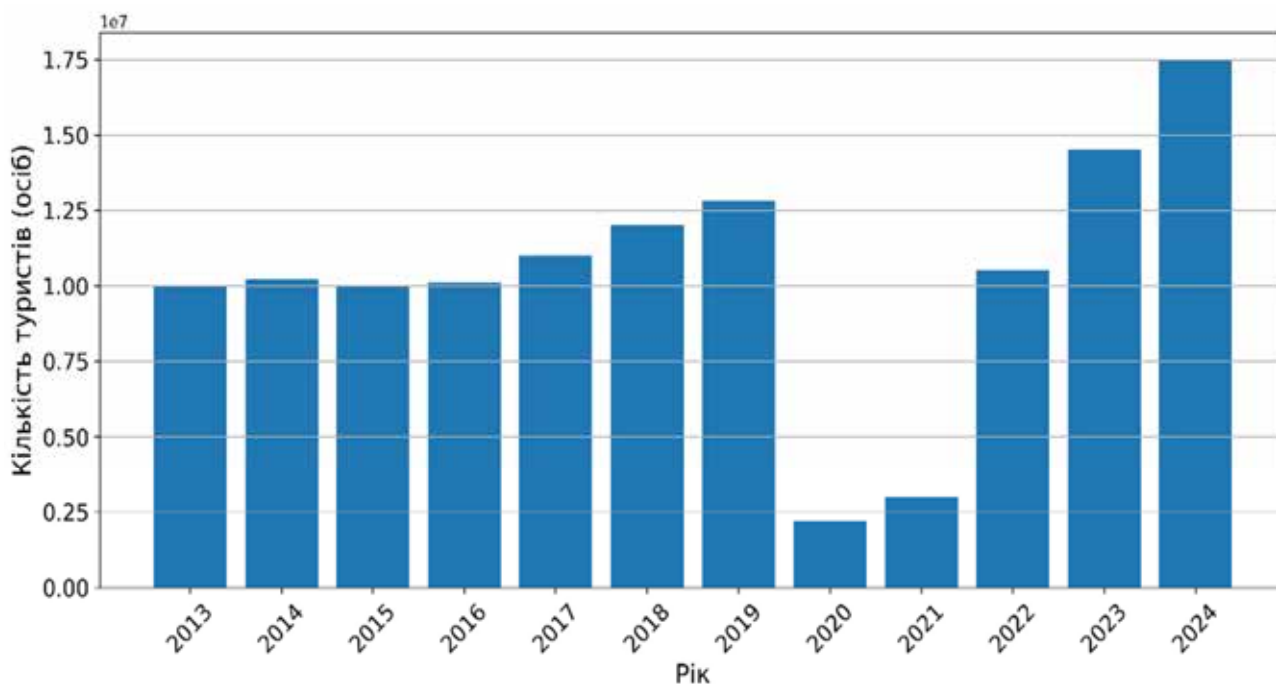


Рис. 1. Динаміка зростання кількості іноземних туристів у Королівстві Марокко

Джерело: [<https://mtaess.gov.ma/fr/tourisme/chiffres-cles/>]

період (2013-2019) – стійке зростання кількості туристів. За цей період кількість іноземних туристів зростає з 10 млн у 2013 р. до 12,9 млн у 2019 р. Другий період (2020-2021) – різке скорочення кількості через пандемію COVID-19, зокрема закриття кордонів, обмеження на подорожі та зниження глобальної мобільності. Так, у 2020 році відбулося зменшення іноземних туристів майже на 80% (спад до 2,77 млн). У 2021 р. спостерігається незначне зростання – до 3,72 млн, що у порівнянні з 2019 роком становило –71,23%. Третій період (2022-2024) – чітка тенденція до збільшення кількості іноземних туристів. У 2022 р. є різке зростання до 10,8 млн, а у 2023 р. спостерігається перевищення доковідного рівня на 1,3% (14,5 млн). У 2024 році є зафіксований історичний максимум – 14,7 млн туристів. Як вже зазначено вище, згідно прогнозу, що розроблений Міністерством туризму, ремесел та соціально-солідарної економіки Королівства Марокко (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie sociale et solidaire) таку кількість іноземних туристів очікували тільки у 2026 р. [10]. Це на 34,6% більше у порівнянні з 2019 роком.

Як бачимо, загалом фіксується швидке відновлення туристичних потоків, а у 2023–2024 рр. – перевищення докризового

максимуму (до 17,5 млн осіб), що свідчить про високий рівень адаптивності туристичної системи Марокко та ефективність державної туристичної політики. Загальна тенденція характеризується структурною стійкістю та відновлювальною динамікою розвитку міжнародного туризму на території дослідження.

Аналіз географії іноземних туристів, виконаний за статистичними даними Міністерства Марокко, засвідчив переважання туристів із Західної Європи упродовж 2013-2024 рр. – Франція, Іспанія, Велика Британія, Німеччина, Бельгія, Нідерланди і серед них чітко домінує Франція – 2,42 млн, Іспанія – 1,5 млн та Велика Британія 1,0 млн. Загалом потік туристів з Європи у 2024 році становив понад 6,7 млн туристів. Зазначимо, що якщо кількість туристів з Європи значно зросла у порівнянні з 2019 роком, то із США майже залишилася незмінною – 3,47 та 3,51 млн відповідно (рис. 2).

Аналіз графічного матеріалу, наведеного вище, дозволяє виокремити основні тенденції динаміки туристичних прибуттів із п'яти країн-лідерів за обсягами відвідування, що простежувалися упродовж досліджуваного п'ятирічного періоду. Зокрема для аналізу обрано 2019 рік як показовий щодо розвитку туризму. Період до 2019 року характеризувався поступальним зростанням туристичних

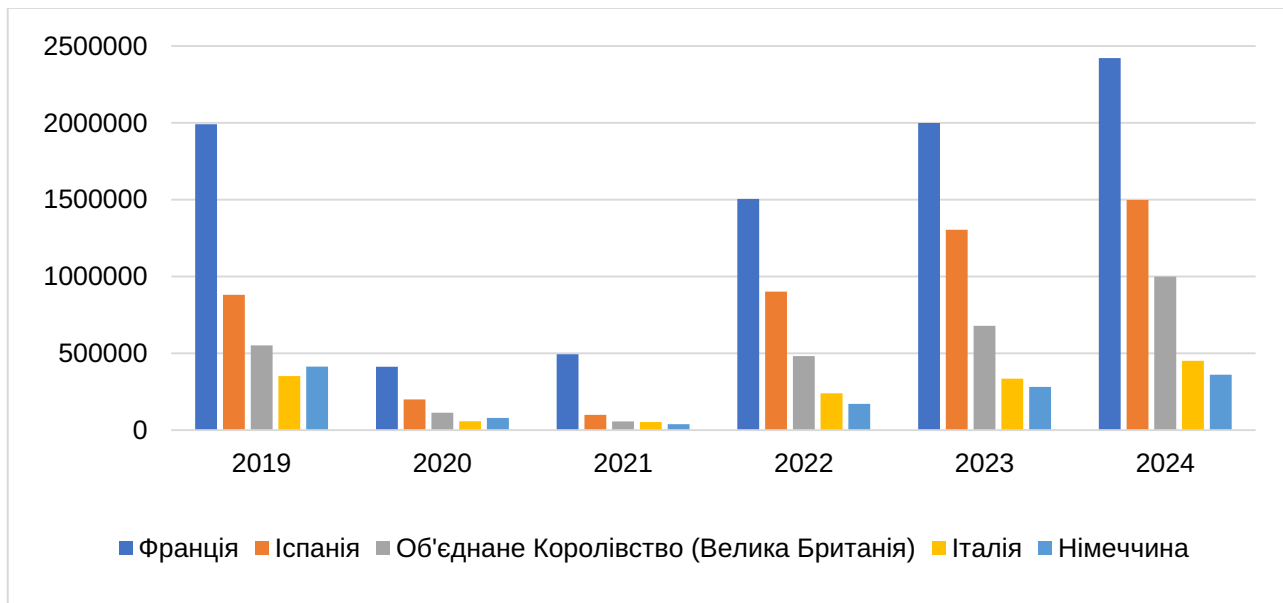


Рис. 2. Динаміка кількості іноземних туристів з 5 найпопулярніших країн світу

Джерело: сформовано на основі [11-12]

прибуттів. Натомість у 2020-2021 рр. відбулося суттєве падіння обсягів туризму, спричинене пандемією COVID-19 та пов'язаними з нею карантинними й транспортними обмеженнями. Зокрема, тільки кількість туристів з Франції зменшилася майже у 5-ть разів з 1,99 млн у 2019 до лише 412 тис. осіб.

Дослідження регіональної структури міжнародних прибуттів до Марокко (рис. 3) засвідчує чітке переважаюче європейського туристичного сегмента, який і надалі залишається домінуючим ринком для Марокко, формуючи понад половину міжнародних прибуттів, із ключовою роллю Франції та Іспанії. Частка Північної Америки є помірною, але стабільною, тоді як африканські та близькосхідні ринки демонструють потенціал для подальшої диверсифікації туристичних потоків. Туристична політика Марокко спрямована як на зміцнення традиційних європейських ринків, так і на активне розширення присутності в країнах Азії, Перської затоки та Північної Америки.

Дорожня карта стратегічного розвитку Королівства Марокко (2023 р.) на розвиток туризму передбачила понад 610 млн дол. США. Стратегічною метою визначено входження до ТОП-15 найвідвідуваніших туристичних країн світу та досягнення 26 млн туристів до 2030 р. Уже до 2026 р. планується забезпечити 17,5 млн іноземних прибуттів, створити близько 200 тис. робочих місць і

отримати 20 млрд дирхамів валютних надходжень. Дорожньою картою передбачено модернізацію 9 тематичних і 5 міжгалузевих секторів, які в більшості орієнтовані на розвиток міжнародного туризму. Слід виокремити диверсифіковану модель розвитку туристичної спеціалізації країни, яка передбачає:

- 1) сектор «океанські хвилі» – формування продукту активного прибережного туризму, зокрема розвитку серфінгу та інших водноспортивних активностей на атлантичному узбережжі;
- 2) сектор «природа, трекінг і піші маршрути» орієнтований на розвиток активного та екологічного туризму в межах гірських територій, насамперед у районі Атлаських гір;
- 3) сектор «міський відпочинок» спрямований на стимулювання урбаністичного туризму через модернізацію туристичної інфраструктури історичних і культурних центрів;
- 4) сектор «пляж і сонце» охоплює класичний рекреаційно-пляжний туризм на морських узбережжях;
- 5) сектор «пригоди в пустелі та оазисах» передбачає розвиток пригодницького та експедиційного туризму в межах Сахарського регіону;
- 6) сектор «культурні тури» орієнтований на розвиток культурно-пізнавального туризму з акцентом на історико-культурну спадщину та події ресурси.

Водночас внутрішній туристичний сегмент представлений двома тематичними секторами: приморським (пляжним), що спрямований на забезпечення рекреаційних

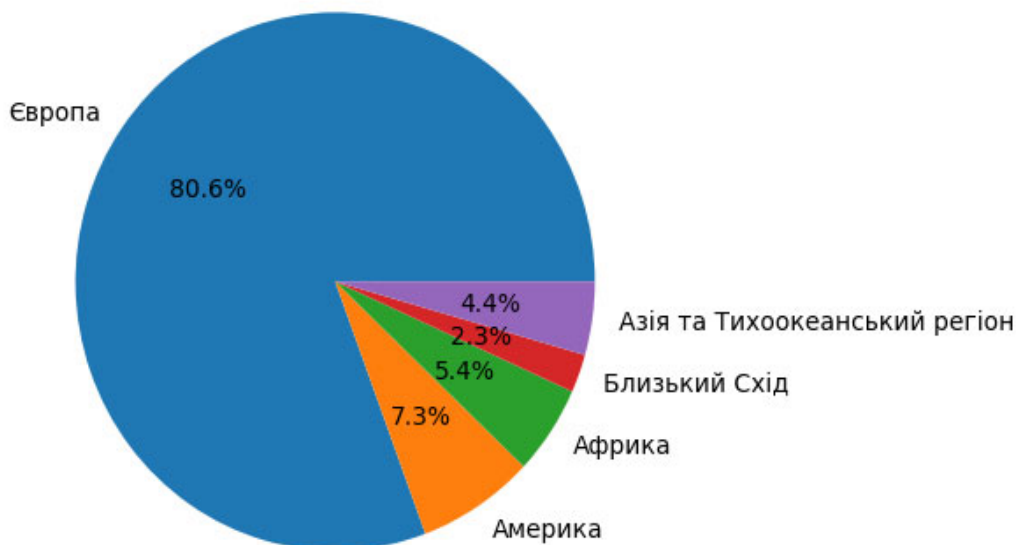


Рис. 3. Загальна структура міжнародних туристичних прибуттів до Марокко за регіонами (%)

Джерело: сформовано на основі [11]

потреб населення, та сектором «природа і відкриття», який поєднує природничо-пізнавальний і культурний туризм із орієнтацією на формування національної мобільності та регіональної інтеграції.

Таким чином, запропонована секторна модель відображає просторово-функціональну диференціацію туристичного розвитку з чітким розмежуванням міжнародної та внутрішньої орієнтації туристичних потоків [13, с. 6-22].

Важливими у Дорожній карті є п'ять міжгалузевих секторів: 1) гастрономія та місцеві продукти; 2) фестивалі та музеї; 3) сталий розвиток; 4) місцеві ремесла та ноу-хау; 5) альтернативне житло (відповідальне та автентичне) [14]. Наведені сектори безпосередньо пов'язані з формуванням і просуванням локального туристичного продукту на основі національної природної та культурної спадщини, із дотриманням принципів сталого розвитку.

Для забезпечення конкурентоспроможності туристичного ринку на державному рівні уряд Марокко визначив наступні кроки:

1) для забезпечення зростання міжнародних туристичних потоків розширити транспортну інфраструктуру всіх наявних видів транспорту; 2) розвиток стратегічного партнерства з найбільшими світовими туроператорами та туристичними агентствами; 3) активне просування власних туристичних

продуктів на міжнародному туристичному ринку та стимулювання інвестиції в анімацію (індустрію розваг); 4) розвиток готельної інфраструктури за рахунок нових і оновлених старих об'єктів розміщення; 5) удосконалити роботу Туристичної обсерваторії (Observatoire du Tourisme du Maroc) метою якої є перетворення її на дієвий інструмент управління в сфері туризму [12].

**Висновки.** Туризм посідає стратегічне місце в структурі національної економіки Марокко, виступаючи одним із провідних чинників соціально-економічного зростання та диверсифікації доходів. Країна сформувала конкурентоспроможну туристичну дестинацію, що характеризується значним природно-культурним потенціалом і здатністю генерувати стійкий туристичний попит як на регіональному, так і на міжнародному рівнях. Після COVID-19 вона проводить активне відновлення у всіх сферах життя надаючи пріоритет сфері послуг. Географічне різноманіття туристів це впершу чергу європейці з таких країн як Франція, Іспанія, Велика Британія, Бельгія, Нідерланди, а також спостерігається значне зростання туристів за останні два роки із США, Саудівської Аравії та Китаю. Збалансований розподіл між міжнародними туристами (51%) та марокканцями, які проживають за кордоном (49%), підкреслює подвійну привабливість Марокко, яка сприяє залученню як іноземних туристів, так і свою діаспору. Після

завершення російсько-української війни розвиваючи міжнародний туризм нам слід запозичити практику цієї країни щодо впровадження обсягу прямих інвестицій у туристичні проекти «з нуля» (greenfield FDI). Це дасть можливість забезпечити спрощений інвестиційний процес для інвесторів, у тому числі й іноземних, передусім через спрощення адміністративних

процедур і полегшення доступу до природних ресурсів. Реалізація окреслених напрямів розвитку міжнародного туризму ґрунтується на системній та стабільній нормативно-правовій базі, яка забезпечує прозорість регуляторних процесів, захист інвестицій і дотримання принципів сталого використання природних ресурсів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Монастирський В. Р. Природні ресурси і рекреаційні комплекси світу: навч. посібник. Львів : ННВК «АТБ», 2022. 200 с.
2. Нефедова В. А., Яворська В. В., Куделіна С. В. Географія туризму: навчально-методичний посібник. Одеса: ФОП Бондаренко М. О., 2018. 160 с.
3. Фодор Д., Товт А., Лінц А. Географія туризму: методичні вказівки до практичних занять та виконання контрольних робіт. Берегове : ЗУІ ім. Ф. Ракоці II, 2024. 76 с.
4. Смирнов І. Г., Любіцева О. О. Логістика в туризмі: навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2024. 533 с.
5. Дахно І. І. Міжнародна економіка: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 568 с.
6. Населення Марокко. URL: <https://www.worldometers.info/uk> (дата звернення: 08.03.2026).
7. Visit Morocco. Official tourism website of Morocco. URL: <https://www.visitmorocco.com/fr> (дата звернення: 31.10.2024).
8. Світ Марокко. Сильні сторони Марокко. URL: <https://smit.gov.ma/atouts-du-maroc/> (дата звернення: 08.03.2026).
9. Moukawala Siyaha 2024. Moroccan Agency for Tourism Development (SMIT). URL: <https://smit.gov.ma/> (дата звернення: 31.10.2025).
10. Міністерство туризму, ремесел та соціальної та солідарної економіки. URL: <https://mtaess.gov.ma/fr/tourisme/chiffres-cles/> (дата звернення: 06.03.2026).
11. Moroccan Tourism Observatory statistics of 2024. Available. URL: <https://www.observatoiredutourisme.ma> (дата звернення: 31.10. 2025).
12. Спеціальна агенція з розвитку туризму Марокко (SMIT – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique). Веб-сайт. URL: <https://smit.gov.ma> (дата звернення: 08.03.2026).
13. Ясін М., Алаві Дж., Кубіда С., Смолл М. Х. Оцінка конкурентоспроможності туристичної галузі Марокко: наслідки бенчмаркінгу. *Benchmarking: An International Journal*. 2011. Т. 18, № 1. С. 6-22. DOI: <https://doi.org/10.1108/14635771111109797> (дата звернення: 08.03.2026).
14. *Tourism Doing Business: Investing in Morocco*. URL: <https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-12/tourism-doing-business-morocco.pdf> (дата звернення: 08.03.2026).

#### REFERENCES:

1. Monastyrskiy V. R. (2022) *Pryrodni resursy i rekreatsiini komplekсы svitu* [Natural resources and recreational complexes of the world]. Lviv. 200 p.
2. Nefedova V. A., Yavorska V. V. & Kudelina S. V. (2018) *Heohrafiia turyzmu* [Geography of tourism]. Odesa. 160 p.
3. Fodor D., Tovt A. & Lints A. (2024) *Heohrafiia turyzmu: Metodychni vkazivky do praktychnykh zaniat ta vykonnannia kontrolnykh robit* [Geography of tourism: Methodical guidelines for practical classes and assignments]. Berehove: Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education. 76 p.
4. Smyrnov I. H. & Liubitsev O. O. (2024) *Lohistyka v turyzmi* [Logistics in tourism]. Kyiv: Lira-K. 533 p.
5. Dakhno I. I. (2011) *Mizhnarodna ekonomika* [International economics]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. 568 p.
6. Worldometers (2026) *Naselennia Marokko* [Population of Morocco. Available at: <https://www.worldometers.info/uk> (accessed March 8, 2026).
7. Visit Morocco (2024) *Official tourism website of Morocco*. Available at: <https://www.visitmorocco.com/fr> (accessed October 31, 2024).
8. Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (2026) *Atouts du Maroc* [Strengths of Morocco]. Available at: <https://smit.gov.ma/atouts-du-maroc/> (accessed March 8, 2026).

9. Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (2025) *Moukawala Siyaha 2024*. Available at: <https://smit.gov.ma/> (accessed October 31, 2025).
10. Ministry of Tourism, Handicrafts and Social and Solidarity Economy of Morocco (2026) *Chiffres clés du tourisme*. Available at: <https://mtaess.gov.ma/fr/tourisme/chiffres-cles/> (accessed March 6, 2026).
11. Moroccan Tourism Observatory (2025) *Tourism statistics*. Available at: <https://www.observatoiredutourisme.ma> (accessed October 31, 2025).
12. Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (2026) *SMIT – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique: Official website*. Available at: <https://smit.gov.ma> (accessed March 8, 2026).
13. Yasin M., Alavi J., Koubida S. & Small M. H. (2011) An assessment of the competitiveness of the Moroccan tourism industry: Implications of benchmarking. *Benchmarking: An International Journal*, vol.18 (1), pp. 6–22. Available at: <https://doi.org/10.1108/14635771111109797> (accessed March 8, 2026).
14. United Nations World Tourism Organization (2024) *Tourism doing business: Investing in Morocco*. Available at: <https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-12/tourism-doing-business-morocco.pdf> (accessed March 8, 2026).

Дата надходження статті: 09.03.2026

Дата прийняття статті: 24.03.2026

Дата публікації статті: 28.03.2026