

УДК 338.48

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-294-3-32

ПЕТРУШЕНКО Ю. М.

ORCID ID: 0000-0001-9902-7577

e-mail: Y.Petrushenko@uabs.sumdu.edu.ua

ЖУРАВКА Ф. О.

ORCID ID: 0000-0001-8368-5743

e-mail: f.zhuravka@uabs.sumdu.edu.ua

МАРЕХА І. С.

ORCID ID: 0000-0002-9905-7706

e-mail: ukr\_irina@ukr.net

НОВГОРОДЦЕВА М. О.

e-mail: mariyanovgorodceva1@gmail.com

Сумський державний університет

## ЧИННИКИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

У статті проаналізовані чинники міжнародного туризму, які можуть виступати драйверами розвитку туристичного бізнесу. Аналіз чинників проведено по відношенню до національного ринку та з урахуванням світових тенденцій. Встановлено, що основними чинниками, які впливають на розвиток міжнародного туристичного ринку, виступають статичні та динамічні фактори. Оцінку чинників у статті запропоновано здійснювати стосовно динамічних факторів, якими виступають, зокрема, соціально-економічні. Аналіз чинників зростання привабливості світової туристичної галузі проведено у розрізі субрегіонів. На національному рівні, дослідження чинників розвитку туристичного бізнесу пов'язуються з критичним аналізом сучасного стану галузі. Так, у статті наведено матрицю позитивних (каталізаторів) і негативних (інгібіторів) чинників впливу на розвиток туристичної галузі України. Надано оцінку соціально-економічній ефективності туризму з виокремленням відповідних показників. Фактологічна оцінка чинників розвитку туризму у статті підкріплена статистичними матеріалами.

Ключові слова: міжнародний туризм; туристична привабливість; туристичний ринок; чинники розвитку; соціально-економічна ефективність; туристичні потоки.

YURIY PETRUSHENKO, FEDIR ZHURAVKA,  
IRYNA MAREKHA, MARIYA NOVGORODCEVA

Sumy State University

## INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT FACTORS

In the article, the authors analyze the scope of international tourism development factors based on factological and statistical grounds. It was proven in the article that on the macro-level tourist markets can be grouped into national and oversea ones. The classification of the national markets implies their division into highly-intensive markets (USA, Germany, Great Britain, etc.), stabilized markets (Spain, Greece, Turkey, Poland, etc.), reformed markets (Bulgaria, Romania, Ukraine, China, etc.), and accumulated markets (India, Tunis, Egypt, Cuba, etc.). The basic factors affecting the international tourist market include static (climate, natural resources, cultural heritage, etc.) and dynamic ones (population, urbanization, wealth, family, leisure, income, spending, technological advancement, international conflicts and their resolution, etc.). In the article, special attention is paid to the analysis of the dynamic factors of international tourism development, social and economic ones in particular. The presence of positive factors in the country promotes favorable conditions for enhancing its tourist attractiveness on the international level. It was found out that positive factors increase the inflows of tourists for the specific regions (Brazil, France, Great Britain, Germany, Finland, Sweden, Cyprus, Israel, and U.A.E.).

On the national level, the following factors are crucial for the development of tourist industry: natural resources, politics, population and its well-being, cultural heritage and rich history. It was revealed, that in Ukraine tourist business is internationally-oriented, which has both pros and cons for the national economy. In the article, the authors presented a matrix with positive (catalysts) and negative (inhibitors) factors affecting tourist business in Ukraine. Among the positive drivers are large contribution to the national economy and state financial support. At the same time, imperfect infrastructure and lack of legal regulations can be referred to the negative factors. It was stressed in the article that drastic measures should be undertaken in order to increase social and economic performance of national tourist business in Ukraine and increase its international image.

Keywords: international tourism; tourist attractiveness; tourist market; development factors; social and economic performance; tourist flows.

### Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В сучасних умовах розвиток міжнародного туризму для багатьох країн є одним з основних пріоритетів. Сучасна туристська індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції, адже на неї припадає близько 10% світового валового продукту, 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій та 11% світових споживчих витрат [1]. Сучасний стан туристичної індустрії України потребує активізації процесів щодо створення потужної національної рекреаційної бази, яка спроможна задовольняти потреби як резидентів, так й іноземних відвідувачів. При цьому слід враховувати, що організація міжнародного туристичного бізнесу – це, насамперед, економічне і соціальне завдання, яке у сучасних умовах повинно розв'язуватися як на загальнодержавному, так і на локальному рівнях. З метою

поліпшення міжнародного іміджу України актуальними постають питання щодо створення ефективної структури менеджменту туристичної галузі на усіх ієрархічних рівнях управління.

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

Особливості розвитку міжнародного туризму в національних та глобальних масштабах досліджувалися у працях Алієвої-Барановської В.М., Дахна І.І. [2] та інших. Регіональним аспектам розвитку міжнародного туризму присвячено праці Миронова Ю.Б. [3], Мальської М.П., Рутинського М.Й., Білоуса С.В., Мандюк Н.Л. [4] та ін. Роль міжнародного туризму в соціально-економічному розвитку регіонів аналізували Кузик С.П. [5], Божидарник Т. [6] та ін.

#### **Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття**

Незважаючи на значну кількість досліджень особливостей розвитку міжнародного туризму, аналіз чинників, які стимулюють або стримують ефективність туристичної галузі, залишалися на периферії наукових пошуків. Подоланню зазначеного недоліку і присвячується дана стаття.

#### **Формулювання цілей статті**

Метою дослідження є теоретичний аналіз та фактологічна оцінка чинників розвитку міжнародного туризму у світовому та національному масштабі.

#### **Виклад основного матеріалу**

Туристичний ринок є сферою задоволення потреб населення у сфері послуг, пов'язаних з відпочинком, змістовним дозвіллям або оздоровленням.

На макrorівні туристичні ринки поділяються на національні та міжнародні.

Типи національних туристичних ринків [5]:

1. Високоінтенсивні ринки – характерні для високого рівня економічного розвитку країн з переважанням міжнародного туристичного потоку; як правило, такі держави є постачальниками туристів (США, Німеччина, Великобританія, скандинавські країни, Італія, Австрія, Ізраїль).

2. Стабілізовані ринки – притаманні економікам з середнім рівнем достатку, які в основному приймають туристів (Іспанія, Греція, Туреччина, Кіпр); новим промислово розвиненим країнам (Мексика, Аргентина, Чилі, Гонконг, Таїланд, Малайзія); країнам з перехідною економікою, які переважно приймають туристів (Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, Словаччина, Словенія).

3. Реформовані ринки – функціонують у країнах з трансформаційною економікою, які в основному приймають туристів (Болгарія, Румунія); країнах, які переважно постачають туристів (Росія, Україна, Казахстан); централізованих економіках з елементами ринку (Китай).

4. Акумуляторні ринки – є типовими для країн, що розвиваються, з опосередкованими можливостями економічного розвитку (Індія, Єгипет, Туніс, Танзанія, Барбадос); країн з плановою економікою (Куба); найменш розвинених країн, які майже не беруть участь у міжнародному туристичному обміні (більшість Центральної Африки).

Основні чинники, що впливають на розвиток міжнародного туристичного ринку, можна поділити на два блоки – статичні і динамічні [6].

Статичні фактори є незмінними у часі (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори тощо). Людина лише пристосовує такі чинники до власних туристичних потреб.

До динамічних факторів відносяться:

1. Демографічні (загальне зростання чисельності населення, урбанізація, зміна вікової структури населення – збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя призводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм здійснювати закордонні подорожі).

2. Соціальні (зростання добробуту населення розвинених країн, що активно приймають участь у туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня, збільшення числа працюючих жінок і збільшення доходу на кожну родину (домогосподарство), зростання частки самотніх людей, тенденція до більш пізнього шлюбу і створення родини, надзвичайно швидке зростання числа бездітних пар у складі населення, зменшення імміграційних обмежень, більш ранній вихід на пенсію).

3. Економічні (полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у напрямку збільшення в споживчому кошику частки різних послуг, у тому числі й туристичних).

4. Культурні (зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями).

5. Науково-технічний прогрес (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристської індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму).

6. Міжнародні фактори (пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, розв'язання спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу).

Наявність сприятливих факторів забезпечує лідерство окремих регіонів і країн у міжнародному туризмі (табл. 1), і, навпаки, небажані фактори зменшують привабливість туристичної галузі.

Таблиця 1

**Чинники зростання привабливості туристичної галузі [3]**

Найбільш популярні країни регіону	Чинники привабливості
Південно-американський регіон (Бразилія)	1. Розвиток екологічних турів по Амазонії. 2. Екзотична природа. 3. Сучасна архітектура і дизайн столиць країн.
Європейський регіон (Франція, Англія, Німеччина, Фінляндія, Швеція)	1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток. 2. Спрощений візовий режим. 3. Високий рівень сервісу.
Середземноморський регіон (Кіпр, Ізраїль)	1. Вигідна система оподаткування. 2. Сучасна банківська мережа. 3. Добре налагоджена структура телекомунікацій. 4. Зростання паломницького туризму. 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 6. Тур по чотирьох морях. 7. Розвинута інфраструктура туризму. 8. Високий рівень обслуговування. 9. Комфортний клімат. 10. Велика тривалість туристичного сезону.
Азіатський регіон (Об'єднані Арабські Емірати)	1. Високий рівень сервісу. 2. Мінімальні податки, практика системи "TAX FREE". 3. Екзотична природа і культура. 4. Політична стабільність.

Відповідно до класифікації Світової Туристичної Організації, усі країни, що беруть участь у міжнародному туризмі, представлені п'ятьма регіонами [1]:

1. Африка, яка включає 4 субрегіони (Північна, Західна, Східна та Південна Африка).
2. Америка, яка включає 4 субрегіони (Північна Америка, Карибський басейн, Центральна Америка та Південна Америка).
3. Азіатсько-Тихоокеанський регіон, який включає 4 субрегіони (Північно-Східна Азія, Південно-Західна Азія, Південна Азія та Океанія).
4. Європа, яка включає 5 субрегіонів (Північна Європа, Західна Європа, Центральна та Східна Європа, Південна Європа та Східне Середземномор'я Європи).
5. Середній Схід.

Статистика відвідування іноземцями вище окреслених регіонів наведена у таблиці 2.

Таблиця 2

**Динаміка в'їзного туризму за період 2011–2019 рр. у розрізі субрегіонів [1]**

Роки	Міжнародні туристичні прибуття, млн осіб					
	Регіони					
	Європа	Америка	Азія	Середній Схід	Африка	Світ
2011	386,4	128,2	110,3	22,4	26,2	674
2012	453,0	133,3	154,0	33,7	34,8	919,6
2013	488,9	150,1	205,4	54,7	49,5	880,3
2014	520,1	155,5	218,7	52,8	59,5	953
2015	540,2	162,5	233,8	49,8	51,9	1,038
2016	566,4	167,5	249,8	48,4	54,4	1,087
2017	581,7	180,9	263,3	51,1	55,8	1,133
2018	603,7	192,7	284,0	55,6	53,4	1,189
2019	616,2	199,3	308,4	53,6	57,8	1,235

З таблиці 2 стає зрозумілим, що міжнародний туризм набуває значного розвитку, з кожним роком підвищуючи темпи свого зростання. Порівнюючи темпи зростання обсягів в'їзного туризму, можна зазначити, що найбільше зростання відбулось в країнах Африки, Азії та Тихого Океану, Середнього Сходу. Країни, що не мали в наявності розвиненої інфраструктури до певного періоду, всі зусилля спрямували на її вдосконалення та розвиток, зайняли значну частку у світовому ринку туристичних послуг і стабільно її тримають.

На розвиток туристичної індустрії України впливає широкий спектр факторів як постійних, так і мінливих. Враховуючи розвиток маркетингової системи на ринку туристичних послуг, дослідники аналізують чинники, що обмежують розвиток рекреаційної сфери та туризму у державі та її окремих регіонах, і наполягають на розробці антикризових заходів з відновлення рекреаційної сфери з метою її подальшого розвитку та досягнення економічного зростання. Виділяють наступні чинники розвитку національного ринку України [4]:

1. Природно-кліматичні (використання природних і кліматичних ресурсів, техногенні чинники, якість води, рівень шуму, стан атмосферного повітря тощо).
2. Політичні (глобалізація, військові конфлікти, візові формальності тощо).

3. Соціально-економічні (демографія, зайнятість, доходи населення, прожитковий мінімум, купівельна спроможність, інвестиції).

4. Культурно-історичні.

В Україні туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Більшість туристичних фірм, що працюють у нашій країні, вважають за краще продавати путівки своїм співвітчизникам за кордон, і лише невелика частина з них працює на залучення гостей до України. Тобто складається така ситуація, коли дохід від національного туристичного бізнесу витікає за кордон, а громадяни України є своєрідними інвесторами зарубіжних країн.

Таблиця 3

Туристичні потоки України за 2003–2019 рр. [7]

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	Кількість туристів, яких обслуговували суб'єкти туристської діяльності України	Із загальної кількості туристів		
				Іноземні туристи	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи
2003	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774
2004	14849033	9174166	2175090	416186	271281	1487623
2005	14729444	10516665	2265317	417729	302632	1544956
2006	14794932	12513883	2856983	590641	344 332	1922010
2007	15487571	15629213	1890370	436311	441798	1012261
2008	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318
2009	16875256	18935775	2206498	299125	868228	1039145
2010	17334653	23122157	2863820	372455	336049	2155316
2011	15498567	25449078	3041655	372752	1282023	1386880
2012	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170
2013	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299
2014	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638
2015	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970
2016	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615
2017	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746
2018	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027
2019	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561

Дані таблиці 3 свідчать про те, що кількість громадян України, які відвідали іноземні країни, за останні 3 роки (2016–2019) збільшилась майже в 2 рази за аналізований період. Значно збільшилась кількість іноземних громадян, які відвідали Україну. Майже у 8 разів підвищилась активність туристів-громадян України, значно зменшився потік іноземних та внутрішніх туристів.

Різниця між в'їзними та виїзними туристичними потоками характеризує сальдо туристичного балансу України (табл. 4).

Таблиця 4

Сальдо туристичного балансу України [7]

Роки	Виїзний потік	В'їзний потік	Сальдо
2016	23,76	24,67	+0,91
2017	22,43	12,71	-9,72
2018	23,14	12,42	-10,72
2019	24,66	13,33	-11,33

Очевидно, що показники останніх трьох років є негативними. Перед українським суспільством стоїть завдання відновити позитивний туристичний імідж України у світі.

Виділяють позитивні і негативні чинники впливу на розвиток туристичної галузі України (табл. 5).

Таблиця 5

Матриця позитивних і негативних чинників впливу на розвиток туристичної галузі України [2]

Позитивні чинники (каталізатори)	Негативні чинники (інгібітори)
1. Незначне збільшення обсягів в'їзного і виїзного туристських потоків в Україні.	1. Відсутність єдиного механізму державного регулювання туристичним сектором економіки.
2. Загальний вклад туристської галузі в економіку України в 2017 році склав 80,8 млрд грн.	2. Невідповідність нормативно-правового та організаційно-фінансового забезпечення сучасним тенденціям розвитку туризму.
3. У 2017 р. було виділено 1 млн 800 тис. грн на підтримку внутрішнього туризму з держбюджету країни	3. Невеликі обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази та низький рівень обслуговування.

Україна має потужний потенціал для розвитку рекреації й туризму та посилення його впливу на соціальні аспекти життя населення: відпочинок і рекреацію, підвищення інтелектуального потенціалу і культурного рівня людини зокрема та поліпшення якості життя в цілому.

Вивчення проблем соціально-економічної ефективності туризму вимагає чіткого визначення основних категорій і величин, необхідних для її розрахунку. Економічна ефективність в туристичній діяльності характеризується ступенем використання виробничих ресурсів. Ефективність у цьому випадку визначається рівнем надання туристичних послуг у регіоні, рівнем організації туризму в країні та діяльністю туристичних компаній.

Чинники економічної ефективності туризму включають [8]:

1. Правильний розподіл витрат і доходів.
2. Проведення туристичної діяльності стимулює розвиток прибуткових національних виробництв: готелів, транспортних розв'язок, інформаційних та екскурсійних послуг.
3. Туризм сприяє залученню грошових потоків до регіону, внаслідок чого відбувається диверсифікація економіки регіону: отримані кошти інвестуються в туристичні організації, продукти. За рахунок туристичної діяльності розвиваються різні суміжні галузі.
4. Розвиток туризму стимулює модернізацію та появу місцевої інфраструктури.

Соціальна ефективність туризму включає [8]:

1. Підвищення добробуту населення туристичного регіону.
2. Створення та удосконалення рекреаційних об'єктів, які використовуються не тільки туристами, а й місцевими жителями території.
3. Заохочення до збереження туристичних та історичних пам'яток.
4. Сприяння виникненню та розвитку кваліфікованих працівників, а також зростанню зайнятості, створенню робочих місць та покращенню умов праці.
5. Стимулювання культурного збагачення місцевого населення, а також їх зв'язок з сусідніми регіонами.
6. Підвищення рекреаційної привабливості туристичного регіону.

#### **Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі**

Соціально-економічні чинники розвитку міжнародного туризму у країні є динамічними. Вони можуть як посилювати привабливість аналізованої галузі, так і створювати певні бар'єри для туристичного іміджу країни. У проведеному дослідженні було встановлено, що український туризм характеризується як позитивними, так і негативними тенденціями розвитку, проте існує багато проблем, які необхідно розв'язати за допомогою перегляду принципів і пріоритетів регулювання, вдосконалення системи механізмів управління туристичною галуззю. Розвиток українського туризму вимагає продуманої реалізації плану покращення галузі на рівні країни, а не окремо взятої компанії. Інвестування в окрему туристичну фірму не принесе бажаного позитивного ефекту, оскільки проблема суто національна. Додатково відзначимо, що проблема також полягає в тому, що більшість приватних компаній орієнтовані переважно на виїзний туризм, а не на розвиток внутрішнього туризму безпосередньо в Україні. Туризм є важливою складовою національної економіки, що генерує широке коло економічних та соціальних ефектів. Соціальна результативність полягає у впливі на розвиток особистості людини, покращення здоров'я, поліпшенні соціальних показників економічного розвитку. Водночас підвищення соціальної результативності рекреації та туризму визначається продуманістю й ефективністю державної політики, її орієнтацією на досягнення суспільно значимих цілей. Перспективами подальших досліджень має стати оцінка соціально-економічних індикаторів ефективності міжнародного туризму в Україні.

#### **Література**

1. Офіційний сайт Світової туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unwto.org/> (Дата звернення 15.09.2021)
2. Алієва-Барановська В.М. Міжнародний туризм : навч. пос. / В.М. Алієва-Барановська, І.І. Дахно. – К. : Центр навчальної літератури, 2019. – 344 с.
3. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі: Опорний конспект лекцій / Ю.Б. Миронов. – Дрогобич : ДДПУ, 2005.
4. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2017. – 544 с.
5. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.
6. Божидарник Т. Міжнародний туризм : навч. пос. / Божидарник Т. – К. : Центр навчальної літератури, 2019. – 321 с.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 1.10.2021)
8. Шевченко А. Прогнозування розвитку рекреації в Україні: соціально-економічний еквілібріум / Шевченко А. – К. : Університетська книга. 2017. – 336 с.

---

**References**

1. Ofitsiyni sait Svitovoi turystychnoi orhanizatsii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.unwto.org/> (Data zvernennia 15.09.2021)
2. Aliieva-Baranovska V.M. Mizhnarodnyi turizm : navch. pos. / V.M. Aliieva-Baranovska, I.I. Dakhno. – K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2019. – 344 s.
3. Myronov Yu.B. Marketynh v turizmi: Opornyi konspekt leksii / Yu.B. Myronov. – Drohobych : DDPU, 2005.
4. Malska M.P. Ekonomika turizmu: teoriia ta praktyka / M.P. Malska, M.I. Rutynskyi, S.V. Bilous, N.L. Mandiuk. – K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2017. – 544 s.
5. Kuzyk S.P. Heohrafiia turizmu : navchalnyi posibnyk / S.P. Kuzyk. – Kyiv : Znannia, 2011. – 271 s.
6. Bozhydarnyk T. Mizhnarodnyi turizm : navch. pos. / Bozhydarnyk T. – K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2019. – 321 s.
7. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://ukrstat.gov.ua/> (Data zvernennia 1.10.2021)
8. Shevchenko A. Prohnozuvannia rozvytku rekreatsii v Ukraini: sotsialno-ekonomichniy ekvilibrium / Shevchenko A. – K. : Universytetska knyha. 2017. – 336 s.

Надійшла / Paper received : 11.01.2021

Надрукована / Printed : 10.03.2021