



**Грідіна А.О.,**

**Долина І.В.,** к.е.н., доцент

**Перерва П.Г.,** д.е.н., професор,  
завідувач кафедри економіки бізнесу,  
**Національний технічний університет «ХПІ»**

## **ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ БІЗНЕС-ЧИННИКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Індустрія туризму, відпочинку та подорожей, особливо міжнародних, продовжує щороку зростати. Міжнародний туризм дуже стрімко прогресує. Розвиток міжнародного туризму сприяє економічному зростанню багатьох країн світу. На сьогоднішній час, туризм знаходиться під дією глобалізації та регіоналізації світового господарства. Міжнародний туризм протягом ряду років зростає темпами, що перевищують 6%, багато в чому завдяки зростанню світового добробуту. Очікується, що до 2025 року кількість прибутків іноземних туристів досягне 1,9 млрд. осіб на рік [2-5].

Розвиток туризму визначає можливості для деяких нових напрямків, які поки не окупили себе. Ця тенденція перетворює туризм на найважливішу галузь багатьох країн, що розвиваються. Особливо ці тенденції характерні і для України. Тенденція активного розвитку туризму є результатом впливу таких факторів, як зростання міжнародного бізнесу, світового добробуту, здоров'я та тривалості життя населення тощо, які у сукупності створюють сегмент постійних туристів, що подорожують як з метою бізнесу, так і з метою відпочинку. Внаслідок цього швидко зростає обсяг всіх видів туристських та готельних послуг. Ця тенденція є передумовою розвитку всіх секторів готельного та туристичного бізнесу у майбутньому.

Туризм одна з найбільш прибуткових галузей світової економіки, він входить до числа експортних галузей, поступаючись місцем лише нафтодобувній промисловості та автомобілебудуванню, одним із важливих умов, від яких залежить зростання економіки, зростання конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення.

Сьогодні туризм займає значне місце в міжнародних відносинах. Кожен рік близько 600 млн. людей відвідують різні країни світу у туристичних цілях. Таким чином можна зазначити, що міжнародний туризм є не тільки популярним видом відпочинку, а й являє собою сферу світової економіки, яка активно розвивається.

Міжнародний туризм - це сфера світової економіки, яка пропонує продукт що має попит на міжнародному ринку і приносить прибутки країні-виробнику. Туристична послуга - це комплекс послуг індустрії гостинності (що містить в собі готельні, рекреаційні, транспортні, страхові, екскурсійні послуги тощо), який надається окремій особі чи групі осіб для задоволення їх потреб, пов'язаних із переміщенням з місця постійного проживання до іншого на певний проміжок часу з метою відпочинку, оздоровлення, навчання тощо [1].



Серед важливих умов розвитку світового ринку туристичних послуг виділяють чинники позитивного та негативного впливу (див. табл. 1) [1-5]:

Таблиця 1

**Економічні та управлінські бізнес-чинники впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг**

Чинники позитивного впливу	Чинники негативного впливу
Активний розвиток та використання інформаційних технологій та інтернет комунікацій	Відносна закритість економіки низки країн світу та непостійність туристичної політики
Збільшення обсягів національних (державних) та іноземних інвестицій у розвиток міжнародного сегменту туристичної галузі	Зовнішньо-економічна напруженість у міжнародних відносинах
Збільшення доходів населення в багатьох країнах світу	Відсутність розгалуженої системи систематизації та обліку туристичних ресурсів
Стабільність міжнародної політики та міжнародної економіки	Низький рівень розвитку та використання міжнародного сегменту туристичного бізнесу
Активний розвиток тенденцій щодо зменшення робочого та збільшення вільного часу потенційних туристів	Нерозумне використання культурної та історичної спадщини країн з високим рівнем привабливості для міжнародного туризму

Увесь комплекс чинників, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна поділити на дві групи:

- чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (мотиваційні, економічні, політичні, географічні, соціальні, екологічні);
- чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (науковий, технічний, інноваційний, інтелектуальний та інші види потенціалу).

До основних економічних та управлінських бізнес-чинників впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг слід віднести наступні групи [1].

1. Група політичних чинників:

- політична ситуація;
- законодавче регулювання туристичної діяльності;
- укладання міжнародних договорів, що стосуються туризму;
- розвиток соціального туризму.

2. Група економічних чинників:

- розвиток економіки;
- рівень доходу;
- цінові та загальноекономічні чинники.

3. Група соціальних чинників:

- демографічні процеси;
- міграційні процеси;
- розвиток суспільних відносин.

4. Група географічних чинників:



- особливості фізико-, економіко-, політико-географічного положення країн та регіонів;
- необхідність налагодження зв'язків між ними.

#### 5. Група мотиваційних чинників:

- чинники, які впливають на вибір мети подорожів;
- чинники, які впливають на вибір регіонів подорожів.

Дослідження міжнародного туризму потребує оцінки кількісних показників його розвитку, основу яких лежать статистичні дані. Статистика міжнародного туризму включає два основні розділи: статистика туристських потоків та статистика туристських доходів та витрат. Для кожного з них розроблено перелік основних показників, інформативних та легко вимірюваних. Найважливішими показниками туристських потоків є кількість прибуття (відбуття) і тривалість перебування туристів у дестинації.

Слід зазначити, що у торговельних відносинах між країнами не відображається внесок однієї країни в економіку іншої країни за рахунок туристських прибутків. Це можна зробити лише за допомогою показника платіжного балансу (платіжний баланс відбиває не індивідуальні, а сукупні угоди між цією країною та іншими державами), де виділяються статті невидимого експорту та імпорту, що включають надходження від туризму.

#### Список використаних джерел:

1. Борисова А.О., Воскресенська О.Є. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг // Застосування маркетингових технологій управління туристичними підприємствами. Херсон: ХНТУ. 2018. С.15-18.
2. Грідіна А.О., Волченко А.С., Перерва П.Г. Фактори сучасного маркетингу в туристичному бізнесі // *Управлінська діяльність: досвід, тенденції та перспективи* : матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 27 квітня 2021 р. Харків : ХНУБА, 2021. С. 21-23. URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53467>
3. Проскурня О.М., Перерва П.Г., Волченко А.С. Особливості державного регулювання туристичного бізнесу // *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти* : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17-19 березня 2021 р. : у 2 ч. Ч. 1 / орг. ком.: Л. Б. Гнатишин [та ін.]. Львів : ЛНАУ, 2021. С. 89-91. URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53462>
4. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
5. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>
6. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

