

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) www.economy.nayka.com.ua | № 7, 2021 | 29.07.2021 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.7.4](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.7.4)

УДК 338.48

В. В. Джинджоян,

*д. е. н., доцент, професор кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності,
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»*

ORCID ID: 0000-0003-0296-4092

К. С. Шарутенко,

здобувач другого (магістерського) рівня, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ORCID ID: 0000-0002-8590-5815

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РЕГІОНІ

V. Dzhyndzhoian

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Economics and Management of Tourism,
Dnipro University of the Humanities*

K. Sharutenko

*Applicant of the second (master's) level,
Dnipro University of the Humanities*

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE EUROPEAN TOURIST REGION

У статті розглянуто природно-географічні та кліматичні особливості Європейського туристичного регіону, його складові. Проаналізовано статистичні дані ВТО та статистичного відомства Німеччини щодо розвитку Європейського туристичного регіону. Встановлено, що індустрія туризму з кожним роком займає все більш помітне місце у світовій економіці, а також, що Європа приваблює все більше туристів, ніж інші регіони світу. Визначено, що індустрія туризму, будучи проявом глобалізації, дала можливість людям контактувати із усім світом, зазнає помітного впливу. Виділено тенденції до мобільності туризму, туристифікації простору, а також до м'якого туризму, який у порівнянні з жорстким більш тактовний, активний та культурно різноманітний. Підсумовано, що успіх Європи можна пояснити наступними факторами: по-перше, – стабільний фінансовий дохід населення, а отже його платоспроможність; по-друге – наявність великої кількості культурно-історичних пам'яток в так званій «старій Європі», створених природою і людиною; по-третє – задоволення попиту на міжнародні туристичні подорожі потужною туристичною галуззю та необхідною інфраструктурою. Резюмовано, що Європейський туристичний регіон має чималий потенціал та може конкурувати із системою АІ, що є дуже популярною серед туристів з України та пострадянських країн.

The article deals with the natural and geographical and climatic features of the European tourist region, its components. The climate of Europe is under the influence of the Atlantic. It is characterized by relatively small amplitudes of average monthly temperatures, warm winter and a

fairly large amount of precipitation. Within the European region there are local features that allow to allocate three basic climatic areas: North, Middle and Southern. The statistical data of the WTO and the Statistical Department of Germany on the development of the European tourist region are analyzed. It has been established that the tourism industry takes an increasingly prominent place in the global economy. The growth rate of international tourism exceeds the pace of development of the global economy. European countries attract more and more tourists than other regions of the world. It is noted that tourism became massive, democratic, designed for various interests, tastes, revenues and various contingent in the integral sphere of mankind. It is determined that the industry of tourism, being a manifestation of globalization, has enabled people to contact with the whole world, undergoes noticeable influence. There are tendencies for the mobility of tourism, touristification of space, as well as to soft tourism, which compared with rigid more tactful, active and culturally diverse. Among the main factors of influence can be allocated: accessibility to territories; developed transport infrastructure; developed tourist infrastructure (tour operators, travel agencies); informatization of society, availability of the Internet and information and communication technologies; affordability; resource potential of the country or region; cultural heritage; state support for tourism; open borders and politically stable situation in the country; investment attractiveness of the country or region. It is concluded that the success of Europe can be explained by the following factors: first, a stable financial income of the population, and hence its solvency; secondly, the presence of a large number of cultural and historical monuments in the so-called "old Europe", created by nature and man; thirdly, meeting the demand for international tourist travel with a powerful tourism industry and the necessary infrastructure. In summary, the European tourist region has considerable potential and can compete with the AI system, which is very popular among tourists from Ukraine and post-Soviet countries.

Ключові слова: туризм; міжнародний туризм; туристичні дестинації; Європейський туристичний регіон; туристична інфраструктура.

Keywords: *tourism; international tourism; tourist destination; European tourist region; tourist infrastructure.*

Постановка проблеми. З 1990 років у різних сферах людського суспільства відбуваються стрімкі глобалізаційні процеси, що вплинули на розвиток туризму у світі. Туризм став масовим, демократичним, розрахованим на різні інтереси, смаки, доходи і різний контингент невід'ємною сферою людства.

Туризм визначають як самостійну та ефективну галузь, що здатна приносити дохід державі та забезпечувати зайнятість населення [3]. На сьогодні ринкова частка Європейського туристичного регіону складає більше ніж половину світового ринку [5]. Даний туристичний регіон має значну потужність та достатню базу для прийому та обслуговування туристів з усіх країн світу. Тому виникла необхідність дослідити особливості розвитку туризму в Європейському туристичному регіоні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти особливостей розвитку Європейського туристичного регіону та туристичний потенціал країн, що входять до ЄС досліджували вчені М. Мальська, М. Гамкало та О. Бордун [2], С. Сардак [12], І. Сазонець [8], натомість професор В. Брич описав особливості та труднощі сучасного туropolерейтингу [1]. В свою чергу А. Парфіненко [6] описав особливості туризму в Україні, дослідив та визначив популярні туристичні дестинації в Україні (як країни, що належить до Східної Європи) [6]. Тоді як В. Петранівський та М. Рутинський визначили та описали загальні особливості та напрямки сучасного туризму, в т.ч. й в Україні [7].

Метою статті є дослідження стану та розвитку міжнародного туризму в Європейському туристичному регіоні.

Вклад основного матеріалу. Міжнародний туризм і подорожі стають рушійною індустрією, з якої все починається. Як зазначають Мальська М. П. та Гамкало М. З. «...половина всіх прибулих туристів припадає на Європу» [2, с. 3]. Це означає, що Європа, як напрямок для туристів, є дуже популярною та фінансово доступною. Сприяло цьому багато факторів, важливими з яких є заснування ЄС, введення єдиної грошової одиниці (євро) та відміна кордонів для «своїх» громадян.

Територія Європи характеризується сприятливими кліматичними ресурсами. Клімат Європи знаходиться під сильним впливом Атлантики. Він характеризується відносно невеликими амплітудами середньомісячних температур, теплою зимою і досить великою кількістю опадів. У межах Європейського регіону існують локальні особливості, які дозволяють виділити три основних кліматичних райони: Північний,

Середній і Південний. Північний Європейський регіон характеризується суворістю клімату, зниженими взимку чи постійно низькими температурами та несприятливими погодними умовами. Клімат Центральної Європи можна охарактеризувати як морський і тільки на сході місцями помірно-континентальний. Південна Європа захищена з півночі горами, клімат переважно середземноморський, з теплою вологою зимою і жарким сухим літом. Східна Європа, до якої належить й Україна, характеризується прохолодними та дощовими весною та осінню, а також затяжною зимою, що інколи триває до квітня. Літо є жарким та сухим із середніми температурами від 30 до 40 градусів за Цельсієм.

Європейський туристичний регіон характеризується розгалуженою транспортною системою, а саме великою кількістю міжнародних аеропортів, наявністю платних швидкісних автобанів, залізничними шляхами, річковими маршрутами (паромні переправи, пасажироперевезення на кораблях та лайнерах). Перераховані вище кліматичні особливості Європейського регіону та розвиток транспортної мережі, що є одним з найважливіших елементів інфраструктури ринку туристичних послуг, роблять цей регіон надзвичайно привабливим з точки зору туризму.

Зростання економічного розвитку в усіх країнах, неухильне підвищення рівня добробуту і дозволяла населення. Зміцнення матеріальної бази туризму дозволили багатьом країнам значно розширити географію, збільшити обсяги туристського обміну, зробити конструктивний внесок у розвиток міжнародного туризму.

Як зазначає Брич В. Я., значення міжнародного туризму полягає у тому, що він «створює галузі, які обслуговують сферу туризму» [1, с. 217]. Згідно прогнозу до найпопулярніших топ-10 країн світу, які захотіли б відвідати туристи до 2020 р., були Китай, США, Франція, Іспанія, Гонконг, Італія, Великобританія, Мексика, Росія, Чеська республіка [1, с. 218]. Варто зазначити, що у топ-десятьці світових лідерів більше половини представляють країн Європи (разом з Росією, яка вміщує і європейську і азіатську складові).

Український міжнародний туризм стрімко розвивався до 2014 року (24,7 млн міжнародних туристів у 2013 р.). Але, територіальні протиріччя з «північним сусідом» та бойові дії на Сході країни негативно вплинули на бажання іноземців відвідати нашу країну (12,7 млн осіб у 2014 р., 12,4 млн осіб у 2015 р., у 2016 р. кількість іноземних туристів становила 13,3 млн осіб). Однак, після 2016 року існує тенденція поступового зростання кількості туристів у підконтрольні уряду регіони, особливо в Центральну, Західну та Приморську частини країни.

Справедливо виникає питання: які ж чинники впливають на розвиток міжнародного туризму в регіоні? Серед головних чинників впливу можна виділити наступні:

- доступність до територій;
- розвинута інфраструктура транспортного сполучення;
- розвинута туристична інфраструктура (туроператори, турагенства);
- інформатизація суспільства, наявність мережі Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій;
- цінова доступність;
- ресурсний потенціал країни або регіону;
- культурна спадщина;
- державна підтримка туризму;
- відкритість кордонів та політично стабільна ситуація в країні;
- інвестиційна привабливість країни або регіону [9].

Окрім чинників впливу основну роль в туризмі віддають меті подорожі. Згідно інформації UNWTO, найчастіше метою туриста до Європейських країн виступає: проведення відпустки, відпочинок, здоров'я, спорт, релігія, бізнес, справи та інше (табл. 1).

Таблиця 1.
Розподіл міжнародних туристів до Європейського регіону за метою подорожі, %

Мета подорожі	Частка у %
Провести відпустку, відпочити	56
Здоров'я, релігія, інше	27
Бізнес, справи	17

** складено авторами за даними [13]*

Як видно з рисунку, Європейський туристичний регіон має усі умови для проведення чудової відпустки, а також для поліпшення здоров'я.

Для розвитку міжнародного туризму, за думкою А. Матцаракіса та М. Ломана, велику роль відіграють клімат та погода, як фактор привабливості. Тому вже зараз варто звернути увагу на кліматичні зміни та можливо спрогнозувати, якою буде погода у нині спекотних країнах, а якою – на Півночі. При цьому зміна клімату є лише одним із рушійних факторів. Це означає, що мова йде про безліч взаємопов'язаних факторів, про комплекс, який потрібно контролювати. Клімат відіграє велике соціальне та економічне значення. Актуальні дослідницькі проекти досліджують питання зміни клімату та аналізують пов'язаний із цим туристичний попит [10].

Також не слід забувати про людський фактор. Тут необхідно відзначити групи демографічних чинників, до яких в першу чергу відносяться зростання населення планети. В результаті зростає і глобальний туристичний потенціал, залучаються нові людські ресурси.

До групи соціальних факторів, що сприяють розвитку міжнародного туризму, слід віднести зростання заробітної плати та підвищення матеріальної забезпеченості громадян промислово розвинених країн. З іншого боку, спостерігається збільшення тривалості оплачуваної післяродової відпустки, що призводить до збільшення кількості вільного часу для працівників і службовців.

Як що, враховувати всі зазначені чинники, то міжнародний туризм має краще розвиватися у найбільш багатих країнах, де йому приділяється велике значення боку держави. Серед європейських країн з розвинутою економікою та потужним туристичним потенціалом Німеччина по праву вважається найбільш привабливою країною. Тільки за 2019 рік туристична частка у ВВП країни склала 10,4 відсотка. Основними регіонами, які слугували постачальниками міжнародного туризму стали Північна, Центральна та Східна Європа (табл. 2). Тобто, сама Європа виступає потужним джерелом розвитку міжнародного туризму і постачальником туристів для Федеративної республіки Німеччини. Достатньо велика кількість відвідувачів приходилася на Америку та Східно-Азіатські країни.

Таблиця 2.

Регіональний розподіл міжнародних туристів за джерелом прибуття до ФРН у 2019 році, %

Регіон світу	Частка у %
Північна Європа	35
Центральна та Східна Європа	19
Східна Азія та Океанія	17
Америка	25
Африка	2
Східна Азія та Океанія	2

** складено авторами за даними [13]*

З метою більш детального аналізу розглянемо спрямування іноземних туристів та самих жителів ФРН до певних дестинацій Німеччини. Як відомо, Німеччина має у своєму складі 16 суб'єктів – федеральних земель. Згідно до свого географічного розташування в центрі Європи Німеччина омивається водами Балтійського і Північного морів, межує з Данією на півночі, Польщею і Чехією на сході, Австрією і Швейцарією на півдні, Францією, Люксембургом, Бельгією та Нідерландами на заході. Поєднання Німеччини у 1989 році після падіння Берлінської стіни сприяло розвитку туризму в країні, особливо у східній її частині. Тому, сучасна внутрішня туристська привабливість кожної окремої федеральної землі відрізняється і для міжнародного і для внутрішнього туризму (табл. 3). Пандемія коронавірусу також внесла свої корективи. Навіть німцям довелося відкривати для себе країну по-новому. Для цього серед населення було проведено опитування: «Яку федеративну землю Ви б відвідали?».

Успіх Європи пояснюється тим, що вона консолідувала міжнародний ринок, ввела єдину валюту Євро, підтримувала розвиток нових робочих місць, ввела транспортну лібералізовану політику та почала експансію нових інформаційних технологій – усе це дало поштовх до швидкого розвитку Європейського ринку [11, с. 2].

Таблиця 3.

Рейтинг найбільш бажаних для відвідування земель Німеччини у відповідях на питання «Яку федеративну землю Німеччини Ви б відвідали?» (за можливістю обрання декілька варіантів)

Місце у рейтингу	Назва федеративної землі	Частка респондентів, що віддали свої голоси, %
1	Баварія	47
2	Мекленбург-Передпомеранія	28
3	Баден-Вюртемберг	27
4	Шлезвіг-Гольштайн	26
5	Гамбург	22

** складено авторами за даними [15]*

Глобалізація позначилася на туризмі таким чином, що люди стали більше подорожувати Європою та стали вибірковими у питанні добору туру. Це в свою чергу дало поштовх до розвитку ефективної туристичної сфери, а саме до переходу на м'який туризм.

Висновки: Міжнародний туризм має дуже нерівномірне поширення у світі. Основними чинниками цього є політично-стабільна ситуація в тій чи іншій країні та економічний розвиток країни. Найбільшого розвитку міжнародний туризм досяг в країнах Західної Європи (Німеччина, Франція, Іспанія, Італія, Португалія). Чисельність людей, які все більше і більше хотіли б відвідати інші країни, впевнено зростає. Частка індустрії туризму становить близько 10% світового ВВП. Найпопулярнішими країнами з огляду на розвиток міжнародного туризму у світі є Китай, США та Франція. Наявність нестабільної політико-економічної

ситуації у деяких європейських країнах гальмує розвиток туристичної індустрії, навіть в країнах з високим культурним та історичним потенціалом.

Європейський туристичний регіон є добре розвиненим, як з точки зору економіки, так і з точки зору інфраструктури, має сприятливий клімат та є багатим на культурні пам'ятки. Тому, якщо правильно розподіляти фінанси та підтримувати туристичну галузь, впроваджувати невелике (посильне) туристичне мито, інвестувати у розвиток інфраструктури країни, то кожна з 65 країн Європейського туристичного регіону має шанс стати популярною дестинацією серед туристів.

Перспективи подальших досліджень ми вбачаємо у розробці інновативних туристичних маршрутів Європейським туристичним регіоном.

Література.

1. Брич В.Я. Туроперейтинг: навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. К.: Кондор-Видавництво, 2016, 276 с.
2. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа.: Навч. посібн. 2-ге вид., К.: Центр учбової літератури, 2010. 224 с.
3. Кицяк В.Ф., Кицяк О.В. Регіональні детермінанти становлення туристичної галузі в контексті розвитку зеленої економіки. *Регіональна економіка*. 2012, №4. С. 23–30.
4. Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації. *Журнал європейської економіки*. 2018, № 4(3). С. 295–306.
5. Осипенко К.В. Напрями інтеграції національної туристичної галузі до європейського туристичного регіону. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка*. 2018. №16. С. 117–124.
6. Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство. Навчальний посібник. Харків: «Бурун Книга». 2009, 288 с.
7. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство: Навч. посібн. / За ред. проф. Ф.Д. Заставного. 2-ге вид., виправл. К.:Знання. 2008, 575 с.
8. Сазонєць І.Л., Стоян К.С. Сутність та концептуальні підходи до формування механізму управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму *Ефективна економіка* [Електронний ресурс]. 2013, №8. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3477> (дата звернення 4 червня 2021).
9. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. *Ефективна економіка* [Електронний ресурс]. 2011, № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=499> (дата звернення 5 червня 2021).
10. Brasseur, G., Jacob, D. and Schuck-Zöllner, S. (2017), *Klimawandel in Deutschland*, Springer Spektrum, Berlin, Heidelberg, 348 с.
11. Paulo Rita (2000), *Tourism in the European Union. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, №12/7, pp. 434–436.
12. Sardak, S., Krupskiy, O., Dzhyndzhoian, V., Sardak, M., Naboka Y. (2020), Development of historical and cultural tourist destinations. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. №29(2). Pp. 406–414.
13. International Tourism Highlights, 2020 Edition, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> (дата звернення 6 червня 2021).
14. Germany: Country-specific: Arrivals of non-resident tourists in hotels and similar establishments, by country of residence 2015-2019. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0280071220152019202007> (дата звернення 11 червня 2021).
15. Urlaub im eigenen Land: Bayern liebstes Urlaubsziel der Deutschen. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152> (дата звернення 4 червня 2021).

References.

1. Brych, V.Ya. (2016), *Tuoperejtynh* [Touperating], Kondor, Kyiv, Ukraine.
2. Mal's'ka, M. P. Hamkalo M. Z. and Bordun O. Yu. (2010), *Turystychne krainoznavstvo. Yevropa* [Tourist country studies. Europe], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
3. Kyfiak, V.F. and Kyfiak O.V. (2012), “Regional determinants of tourism industry formation in the context of green economy development”, *Rehional'na ekonomika*, vol. 4, pp. 23–30.
4. Limans'kyj, A. and Ruzhkovs'kyj Ya. (2018), “International tourism in the era of globalization”, *Zhurnal ievropejs'koi ekonomiky*, vol. 4(3), pp. 295–306.
5. Osypenko, K.V. (2018), “Directions of integration of the national tourist industry into the European tourist region”, *Visnyk Mariupol's'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 16, pp. 117–124.
6. Parfinenko, A.Yu. (2009), *Turystychne krainoznavstvo* [Tourist country studies], Burun Knyha, Kharkiv, Ukraine.
7. Petranivs'kyj, V.L. and Rutyns'kyj, M.J. (2008), *Turystychne kraieznnavstvo* [Tourist local lore], Znannia, Kyiv, Ukraine.

8. Sazonets, I.L. and Stoyan, K.S. (2013), "The essence and conceptual approaches to the formation of the mechanism of enterprise management for the provision of services to international tourism", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3477> (Accessed 4 June 2021).
9. Temnyk, I.O. (2011), "Conditions and factors of international tourism development", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499> (Accessed at 5 June 2021).
10. Brasseur, G. Jacob, D. and Schuck-Zöllner, S. (2017), *Klimawandel in Deutschland* [Climate change in Germany], Springer Spektrum, Berlin, Germany.
11. Paulo, R. (2000), "Tourism in the European Union", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 12(7), pp. 434–436.
12. Sardak, S., Krupskyi, O., Dzhyndzhoian, V., Sardak, M. and Naboka Y. (2020), "Development of historical and cultural tourist destinations", *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, vol. 29(2), pp. 406–414.
13. The official site of World Tourism Organization (2020), "International Tourism Highlights, 2020 Edition", [Online], available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> (Accessed 6 June 2021).
14. The official site of World Tourism Organization (2019), "Germany: Country-specific: Arrivals of non-resident tourists in hotels and similar establishments, by country of residence 2015-2019", [Online], available at: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current> (Accessed 11 June 2021).
15. The official site of World Tourism Organization (2019), "Urlaub im eigenen Land: Bayern liebstes Urlaubsziel der Deutschen", [Online], available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152> (Accessed 4 June 2021).

Стаття надійшла до редакції 02.07.2021 р.