

УДК 911.3:338.48

*Дружиніна Вікторія Валеріївна,*  
доктор економічних наук, доцент

Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського,  
м. Кременчук, Україна,  
e-mail: drughinina.vd@gmail.com

*Загорянська Олена Леонідівна,*  
кандидат економічних наук, доцент

Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського, м.  
Кременчук, Україна, e-mail:  
zagor\_elen@ukr.net

*Черниш Руслана Олегівна*

Кременчуцький національний  
університет імені Михайла  
Остроградського, м. Кременчук, e-mail:  
vova.zavoloka@mail.ru

### **СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ ПАРАМЕТРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ВИМІР ТА ДІАГНОСТУВАННЯ**

*Мета.* Метою статті є формування системи індикаторів соціально-демографічних чинників розвитку туризму в Україні та їх діагностування.

*Методика.* Методичні засади дослідження полягали в аналізі та синтезі зібраного авторами літературного та статистичного матеріалу. Під час написання були використані такі методи дослідження: порівняльний, статистичний та системний аналіз.

*Наукова новизна.* Удосконалено прийоми комплексної оцінки розвитку туризму на національному рівні за допомогою використання кількісних і якісних показників, що характеризують як демографічні, так і соціальні процеси розвитку туристичної сфери, що дозволяє визначити напрямки туристичного призначення згідно поведінкової особистості туристів.

*Результати.* Запропоновано класифікацію чинників, що впливають на розвиток туризму в Україні. Серед різноманіття факторів виділені соціальні та демографічні, які суттєво впливають на розвиток туризму, так як зміни в демографічній структурі та соціальної моделі народонаселення викликають у більшості людей свій вільний час витратити на подорожі. Запропоновано систему критеріїв (соціальних та демографічних), використання яких дозволяє послідовно визначити домінанти зовнішнього впливу на розвиток туризму.

*Практична значимість дослідження* полягає в тому, що результати діагностики можуть бути використані для розробки організаційних і соціально-економічних заходів з регулювання розвитку туризму на національному рівні.

*Ключові слова:* туризм, демографічний чинник, соціальний чинник, населення, туристичні потоки.

УДК 911.3:338.48

*Дружинина Виктория Валериевна,*  
доктор экономических наук, доцент

Кременчугский национальный университет  
имени Михаила Остроградского, г.  
Кременчук, Украина, e-mail:  
drughinina.vd@gmail.com

*Загорянская Елена Леонидовна,*  
кандидат экономических наук, доцент

Кременчугский национальный университет  
имени Михаила Остроградского,  
г. Кременчук, Украина, e-mail:  
zagor\_elen@ukr.net

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ: ИЗМЕРЕНИЕ И ДИАГНОСТИКА**

*Цель.* Целью статьи является формирование системы индикаторов социально-демографических факторов развития туризма в Украине и их диагностирования.

*Методика.* Методические основы исследования заключались в анализе и синтезе собранного авторами литературного и статистического материала. При написании были использованы следующие методы исследования: сравнительный, статистический и системный анализ.

*Научная новизна.* Усовершенствованы приемы комплексной оценки развития туризма на национальном уровне посредством использования количественных и качественных показателей, характеризующих как демографические, так и социальные процессы развития туристической сферы, что позволяет определить направления туристического назначения согласно поведенческой личности туристов.

*Результаты.* Предложена классификация факторов, влияющих на развитие туризма в Украине. Среди многообразия факторов выделены социальные и демографические, которые существенно влияют на развитие туризма, так как изменения в демографической структуре и социальной модели народонаселения вызывают у большинства людей свое свободное время тратить на путешествия. Предложена система критериев (социальных и демографических), использование которых позволяет последовательно определить доминанты внешнего влияния на развитие туризма.

*Практическая значимость исследования* заключается в том, что результаты диагностики могут быть использованы для разработки организационных и социально-экономических мероприятий по регулированию развития туризма на национальном уровне.

*Ключевые слова:* туризм, демографический фактор, социальный фактор, население, туристические потоки.

UDC 911.3:338.48

*Druzhynina Viktoriia Valeriivna,*  
Doctor of Economics, Associate Professor

Kremenchuk Mykhaylo Ostrogradsky  
National University, Kremenchuk, Ukraine, e-  
mail: drughinina.vd@gmail.com

*Zagoryanskaya Olena Leonidivna,*  
Candidate of Sciences (Economics),  
Associate Professor

Kremenchuk Mykhaylo Ostrogradsky  
National University, Kremenchuk, Ukraine, e-  
mail: zagor\_elen@ukr.net

*Chernysh Ruslana Olegovna*

Kremenchuk Mykhaylo Ostrogradsky  
National University, Kremenchuk, Ukraine, e-  
mail: zagor\_elen@ukr.net e

## **SOCIO-DEMOGRAPHIC PARAMETERS OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE: MEASUREMENT AND DIAGNOSTICS**

*Goal.* The purpose of the article is to create a system of indicators of socio-demographic factors of tourism development in Ukraine and their diagnosis.

*Method.* The methodological principles of the study were to analyze and synthesize the literature and statistical material collected by the authors. During writing, the following research methods were used: comparative, statistical, and system analysis.

*Scientific novelty.* The methods of comprehensive assessment of tourism development at the national level have been improved through the use of quantitative and qualitative indicators that characterize both demographic and social processes of tourism development, which allows determining the direction of tourism destination according to the behavioral personality of tourists.

*Results.* The classification of factors influencing the development of tourism in Ukraine is proposed. Among the variety of factors, social and demographic factors are singled out, which significantly influence the development of tourism, as changes in the demographic structure and social model of population cause most people to spend their free time on travel. A system of criteria (social and demographic), the use of which allows consistently identify the dominant external impact on the development of tourism.

*The practical significance* of the study is that the results of the diagnosis can be used to develop organizational and socio-economic measures to regulate the development of tourism at the national level.

*Keywords:* tourism, demographic factor, social factor, population, tourist flows.

*Постановка проблеми та її актуальність.* Туризм є найбільш динамічним видом економічної діяльності і найбільш рентабельною сферою світового господарства. Однак динамічність всіх процесів зовнішнього середовища змушують перебудовуватися туристичну сферу, що забезпечує зміщення туристичних послуг і продуктів у бік більш складних інтегрованих форм обслуговування, соціальних видів послуг, що забезпечують якість життя населення і економічне зростання держави. Важливим є вплив демографічних і соціальних факторів на розвиток туризму, у тому випадку коли необхідно адаптувати туристичні послуги під мінливі потреби населення в залежності від статево-віковою, освітньої та професійної категорій туристів. Тому дуже важливим є формування системи індикаторів з метою діагностики впливу кожного з цих факторів на розвиток туризму України.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Дослідженню проблем та особливостей розвитку ринку туристичних послуг під впливом різних видів факторів присвячені наукові праці таких вітчизняних і зарубіжних учених як О.Любіцевої, В.Куценко, В.Пуцентейло, Ю.Забалдіної, Т.Сокол, Н.Чорненької, В.Кифяка, О.Заруцької та інших. В своїх працях науковці приділяють увагу методології розробки і реалізації державної та регіональної туристичної політики, визначають економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму, передумови виникнення та принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, класифікації їх форм і видів, плануванню фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної сфери, прогнозуванню розвитку регіонального ринку туристичних послуг, механізму економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території. Розглядаючи питання розвитку системи маркетингу на ринку туристичних послуг, Азарян О.М. та Жукова Н.Л. досліджують фактори,

„що стримують розвиток рекреаційної сфери і туризму в Україні й окремих її регіонах” і наполягають на розробці „антикризових заходів для відновлення рекреаційної сфери з метою подальшого її розвитку і досягнення економічного зростання” [1, с. 22].

Дядечко Л.П. при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить „ як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі” [2, с. 21–22].

Разом з тим, слід зазначити істотний недолік досліджень по визначенню і оцінці впливу саме соціально-демографічних чинників на розвиток туризму держави, що визначило актуальність дослідження.

*Метою дослідження є формування системи індикаторів соціально-демографічних чинників розвитку туризму в Україні та їх діагностування.*

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Туризм як важливе соціально-економічне явище сучасності тісно пов'язаний з розвитком суспільства та підпорядковується його об'єктивним законам. Через свої функції (соціальну, гуманітарну, економічну) він активно впливає на життєдіяльність суспільства і в той же час залежить від нього, стану розвитку продуктивних сил і виробничих відносин тощо. На початку ХХІ ст. туризм став невід'ємною складовою соціально-економічного та культурного життя, відбулася його концептуальна трансформація, бо формується зовсім нова парадигма сфери дозвілля, відпочинку та розваг, змінюються духовні потреби людей. Індустрія туризму, з одного боку, є чинником глобалізації, а з іншого – вона розвивається під її впливом, особливо інформаційних технологій, соціальної диференціації суспільства, кліматичних особливостей та інше. Всі складові суспільства можуть бути як стимулюючими, так і гальмуючими чинниками розвитку туризму; їх кількість, взаємозв'язки та інтенсивність впливу залежить від ієрархічного рівня туристичного ринку та від його спрямованості. Дослідження чинників, які впливають на розвиток туризму, дозволяє не лише прогнозувати розвиток останнього, а й проаналізувати взаємозв'язки і відповідно вплив туризму на розвиток суспільства в цілому і соціальної складової зокрема.

Всі екзогенні чинники можна поділити на три групи: за ознакою змін в часі (статичні, динамічні); за результативною ознакою (позитивні, негативні); за функціональним призначенням (політичні, соціально-демографічні, фінансово-економічні, матеріально-технічні). Серед усього різноманіття чинників найбільший інтерес викликає соціально-демографічний чинник (консолідація демографічних і соціальних чинників), так як індустрія туризму з кожним роком залучає не тільки фінансові та матеріальні ресурси, а й трудові.

Демографічний чинник – це поняття, яке використовується для позначення залежності темпів і пропорцій суспільного розвитку або його окремих економічних параметрів (чисельність трудових ресурсів, частки

споживання в національному доході тощо) від чисельності віково-статевої структури і сімейного складу населення, динаміки народжуваності і смертності. Це складне системне поняття. Воно характеризує кількісні і якісні параметри населення: процеси відтворення (народжуваність і смертність), міграцію населення, соціальну мобільність, стан здоров'я населення, рівень освіти.

Отже, до демографічних чинників належать: показники народжуваності і смертності, статевовікова структура (виокремлення працездатного населення, пенсіонерів), сімейний стан / склад сім'ї (наявність самотніх людей, бездітних пар), освіта, професія, місце проживання: міський / сільський населений пункт, розмір населеного пункту, де мешкають туристи, міграція населення, національний та релігійний склад. Розглянемо їх більш детально і проаналізуємо з точки зору того, як кожен з перелічених чинників впливає на розвиток туризму України.

Аналізуючи демографічну ситуацію в Україні та країнах ЄС в 2016 р., слід зазначити, що кількість народжень і смертей в Європі була практично рівною. Таким чином, природний приріст населення був нульовим, тобто, 1,5 млн нових європейських громадян прибули в країни Євросоюзу з-за кордону. Лідерами виявилися три найбільші країни ЄС: Німеччина з населенням 82,8 млн осіб (приріст 625 тисяч осіб), Франція з населенням 67 млн (приріст 270 тисяч осіб), Великобританія – 65,8 млн (приріст 425 тисяч осіб). Ці ж країни зайняли лідируючі позиції за кількістю населення, яке сягнуло 65-річного (пенсійного) віку і старше (табл. 1).

Результати табл. 1 свідчать про те, що країною в Європейському Союзі старіючої нації сміливо можна назвати Німеччину, другу рейтингову позицію займає Італія і трійку замикає Франція. Відповідно в цих країнах чисельність населення пенсійного віку складає 16,824 млн. осіб або 20,32% всього населення Німеччини, в Італії – 13,015 млн. осіб або 21,41% і у Франції – 11,619 млн. осіб або 17,34%. Якщо розглядати Німеччину, фактично п'ята частина населення – це люди похилого віку, які частину свого часу проводять в туристичних поїздках. Недарма Німеччина займає друге місце в світі за чисельністю громадян-мандрівників, поступаючись лише Китаю. Вони з радістю відпочивають на бюджетних курортах Туреччини, Греції та Латвії. Крім того, німці віддають перевагу курортам Іспанії, Італії і Австрії, оскільки в першу чергу для них діє життєвий принцип – економність.

Тим часом, незначне падіння чисельності населення зафіксовано в Латвії, Литві та Італії. Втім, з високою ймовірністю можна стверджувати, що ця тенденція обумовлена міграцією всередині ЄС, що відобразилося на зростанні показників найбільш економічно розвинутих країн спільноти.

Що стосується населення країн ЄС і України, то тут присутня позитивна динаміка. Воно росте, але нерівномірно. Збільшується населення за показником природного приросту в Сполученому Королівстві

і у Франції на 2,7 особи на 1000 осіб населення, в Швеції – на 2,5 і в Нідерландах – на 1,4 особи на 1000 осіб населення. А населення таких країн ЄС як Болгарії, Угорщини, Німеччини, Італії, Литви, Польщі, Румунії, а також України за цим показником не збільшується, а навіть, навпаки рухається в сторону зменшення. Так чисельність живонароджених в Україні в 2016 р. склала 397 тис. осіб, що на 14,8 тис. осіб менше в порівнянні з 2015 р., а померлих – 583,6 тис. осіб, що на 11,2 тис. осіб менше в порівнянні з попереднім роком. Але все одно хоч при такій незначній позитивній динаміці коефіцієнта смертності українського населення статистика демонструє природний спад населення в 2016 р. в кількості 186,6 тис. осіб порівняно з 183 тис. осіб в 2015 р.

*Табл. 1*  
*Чисельність і питома вага населення похилого віку країн ЄС та України в 2016 р.\**

Держави	Загальна чисельність населення (млн. осіб)	Населення 65–69 років (млн. осіб)	Населення 65–69 років (%)	Населення 70 років і старше (18лн.. осіб)	Населення 70 років і старше (%)
Україна	42590,9	2163,6	5,08	4605,3	10,81
<b>Держави ЄС</b>					
Австрія	8507	420	4,94	1136	13,35
Бельгія	11204	578	5,16	1416	12,64
Болгарія	7246	461	6,36	957	13,21
Угорщина	9877	544	5,51	1187	12,02
Німеччина	82,8	3909	4,72	12915	15,6
Греція	10927	597	5,46	1641	15,02
Іспанія	46464	2343	5,04	6166	13,27
Італія	60783	3448	5,67	9567	15,74
Латвія	2001	99	4,95	282	14,09
Литва	2943	137	4,66	405	13,76
Польща	38018	1785	4,70	3875	10,19
Румунія	19947	951	4,77	2344	11,75
Словаччина	5416	248	4,58	486	8,97
Сполучене Королівство (Великобританія)	65,8	3527	5,36	7742	11,77
Фінляндія	5451	356	6,53	700	12,84
Франція	67,0	3387	5,06	8232	12,29
Чеська Республіка	10512	657	6,25	1168	11,11
Швеція	9645	603	6,25%	1269	13,16

\*Ця і наступні таблиці статті складені за даними [3]

Першочерговими причинами смертності українського населення є захворювання системи кровообігу (67,2% померлих в 2016 р. проти 68% в 2015 р.), новоутворення (13,6% в 2016 році проти 13,4% у 2015 р.), різні зовнішні причини, наприклад нещасні випадки тощо. Зниження смертності

в Україні спостерігається при народженні, тобто серед дітей до 1 року. Якщо в 2015 р. померлих дітей до 1 року становило 3318 осіб, що на 338 осіб менше ніж в 2014 р., то в 2016 р. цей показник знизився на 363 особи в порівнянні з 2015 р., що накладає певний відбиток на зміну середньої тривалості життя в бік її збільшення : для чоловіків приблизно 66,73 року в 2016 р., а для жінок 76,46 років в цьому ж році. Такі демографічні тенденції сприяють збільшенню числа туристів саме серед похилого населення, залучення більшої чисельності людей в туристичну діяльність за рахунок збільшення числа поїздок. Це відіграє значну роль у створенні робочих місць, забезпеченні зайнятості населення і формування ВВП, а також викликає потребу створення туристичного продукту для такого споживача, який є зрілим мандрівником і потребує комфорту. Йдеться про такі тури, як соціальні, лікувально-оздоровчі та екскурсійні. При розробці таких турів для літніх людей треба враховувати і стан здоров'я, вибір транспортного засобу, місця і умов проживання і можливість знижок.

Але вік також може бути перешкодою для туристичної поїздки, особливо, якщо владою країни встановлено вимогу наявності медичної страховки з досить високим лімітом покриття. Зазвичай особи старше 70 років не підлягають медичному страхуванню або така страховка коштує дуже дорого. Для планування туризму вік важливий для оцінки вибору активності і виду туризму, а також як категорія, що характеризує економічну залежність або самостійність мандрівного.

Наступним демографічним показником, який необхідно враховувати при плануванні туристичної поїздки, є сімейний стан туристів. Більше поширені неповні і однодітні сім'ї (табл. 2), кількість останніх в Україні з кожним роком збільшується, тобто Україна втрачає традицію багатодітних сімей [4].

*Таблиця 2*  
*Характеристика домогосподарств України за 2014–2016 рр.*

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
Розподіл домогосподарств за кількістю осіб у їх складі			
одна особа	22,8	20,3	19,7
дві особи	29,6	32,5	32,3
три особи	25,3	25,9	26,9
чотири особи і більше	22,3	21,3	21,1
Частка домогосподарств із дітьми до 18 років (%)	38	38,2	38,2
Частка домогосподарств без дітей (%)	62	61,8	61,8
Розподіл домогосподарств із дітьми (%) за кількістю дітей у їх складі			
одна дитина	73,6	75,7	76
дві дитини	23,3	21,2	21,4
три дитини і більше	3,1	3,1	2,6

Якщо в 2014 р. цей відсоток становив 73,6%, то в 2016 р. кількість сімей з однією дитиною зросла на 2,4% і склало 76%. Відсоток неповних сімей за останні два роки аналізованого періоду практично залишається незмінним. Також однією з основних груп сучасного туристичного ринку складають так звані одинаки, люди у віці до 35 років. Їх частка в великих промислових містах складає близько 50% від загальної чисельності населення. Їх характеризує високий рівень освіти, прагнення до успіху, підвищені вимоги до комфорту і якості життя. Вони намагаються організувати свій вільний час і насолодитися життям у повній мірі. Обсяг і величина попиту в даному сегменті туристичного ринку великі, і, на думку фахівців, будуть зростати. До того ж велика кількість самотніх жінок в даній цільовій групі збільшує активність туристів. Так, за деякими прогнозами, число одиноких жінок, які здійснюють туристичні поїздки, становитиме майже 50% від загальної чисельності туристів. Згідно зі статистикою самотні дами цінують високий комфорт, облаштування та розташування номера, прояву поваги з боку персоналу і особистої безпеки. Тому все це потрібно враховувати як туроператорам, так і персоналу готелів.

Переходячи до розгляду соціального чинника впливу на розвиток туризму, слід сформулювати систему показників, що характеризують туристичну галузь України в даному аспекті. До основних показників відносять: структуру туристичного потоку (оптимальна структура – 1 в'їзний: 1 виїзний: 4 внутрішніх); регіони найбільшого припливу зарубіжних і вітчизняних туристів; частка транзитних туристів в загальній кількості поселень країни; регіони найбільшого припливу внутрішніх туристів; питома вага туристичних послуг в загальному обсязі послуг, що надаються населенню, рівень освіти туристів [5, С. 202].

Важливе значення при виборі туристичного напрямку відіграє рівень освіти мандрівників. Зростання рівня освіти, інтерес до іншої культури – все це викликає бажання подорожувати і прагнути до нових знань і відчуттів. Такому споживачеві необхідно запропонувати різноманітний турпродукт, що включає не просто відпочинок, а й пізнавальні екскурсії, а може і навіть навчання, поєднане з відпочинком. Великою популярністю останнім часом користується вивчення іноземних мов, що підвищує прагнення і бажання більше подорожувати. У свою чергу туристичний ринок пропонує величезний вибір мовних шкіл за кордоном, з програмами навчання як на короткі, так і тривалі терміни. Для студентів надається велика кількість пілг і знижок, існують програми по студентському обміну, що збільшує попит на ринку. Всьому цьому сприяє значне розширення пропозиції в сфері туризму, максимально наближається до наявного попиту. Про це свідчать статистичні дані розвитку виїзного туризму в Україні за 2014-2016 рр. (табл. 3).

Результати табл. 3 демонструють, що за розглянутий період збільшення чисельності тих громадян України, які виїхали за межі держави зросла на 7% в порівнянні з 2015 р. і майже на 10% з 2014 р.



## Туристичні потоки за 2014–2016 рр.

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	У тому числі					
			іноземні туристи		туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон		внутрішні туристи	
			осіб	%	осіб	%	осіб	%
2014	22437671	2425089	17070	0,70	2085273	85,99	322746	13,31
2015	23141646	2019576	15159	0,75	1647390	81,57	357027	17,68
2016	24668233	2549606	35071	1,38	2060974	80,83	453561	17,79

Причому центрами тяжіння туристів-українців за аналізований період були Польща, Російська Федерація, Угорщина, Молдова, Білорусь, Туреччина, Словаччина, Румунія, Єгипет, Німеччина, Об'єднані Арабські Емірати, Ізраїль та Італія. У табл. 4 наведені географічні розміри і динаміка розвитку виїзного туризму в Україні за 2014–2016 рр. Згідно з даними табл. 4 найпопулярнішим державою Європейського Союзу у 40,99% населення України в 2016 р. є Польща. Причому лідируючі рейтингові позиції ця держава не здає вже протягом декількох років, що пояснюється географічною і культурною близькістю нашої держави і Польщі, а до всього цього додалися військові дії на території України і економічні чинники. Крім того, в сучасних умовах серйозно переорієнтувався потік заробітчан з України. Раніше багато хто з них працювали в Росії.

Крім того, Польща сама стимулює потік туристів різного спрямування, зокрема тих, хто їде вчитися до цієї держави. Таким чином уряд Польщі вирішує демографічну проблему, яка була найбільш актуальна в 1990-і роки, коли була дуже низька народжуваність.

Друге місце серед країн ЄС найбільш привабливим для туристів є Угорщина, яка вражає українських туристів чистотою і рівнем культури. Замикає трійку країн ЄС цього списку Словаччина, яку відвідало 886120 осіб у 2016 р., що в 1,35 рази більше в порівнянні з 2014 роком. Хоча ця держава є індустріально розвиненою державою з економікою, що розвивається, проте проблема кваліфікованих кадрів стоїть на першому місці. У зв'язку з цим безкоштовне навчання в вишах Словаччини привертає українську молодь, тим самим збільшуючи туристичні потоки.

Серед країн далекого зарубіжжя найбільшою популярністю користуються Туреччина і Єгипет, а також ОАЕ. Основною метою відвідування українськими туристами цих держав є доступний пляжний відпочинок і комерційні шоп-тури.

Таблиця 4

*Чисельність громадян України, які виїхали за кордон  
у 2014–2016 рр., (осіб)*

Держави	Роки			Структура, %		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Україна, всього	22437671	23141646	24668233	–	–	–
Польща	7657021	9505713	10111086	34,13	41,08	40,99
Російська Федерація	4671321	4080414	3859820	20,82	17,63	15,65
Угорщина	2152512	2442101	2893370	9,59	10,55	11,73
Молдова, Республіка	2421169	1727308	1655775	10,79	7,46	6,71
Білорусь	1538160	1325546	1114457	6,86	5,73	4,52
Туреччина	450549	510537	930657	2,01	2,21	3,77
Словаччина	656102	755248	886120	2,92	3,26	3,59
Румунія	522 350	678700	857728	2,33	2,93	3,48
Египет	400 427	350936	417949	1,78	1,52	1,69
Німеччина	308 908	294797	275987	1,38	1,27	1,12
Об'єднані Арабські Емірати	161728	137442	150673	0,72	0,59	0,61
Ізраїль	117833	129311	146379	0,53	0,56	0,59
Італія	172845	113373	122294	0,77	0,49	0,50

Серед країн СНД перше місце впродовж трьох років займає Російська Федерація, хоча обсяги туристичних потоків до цієї держави в 2016 р. скоротилися в порівнянні з 2015 р. на 5,41%, а в порівнянні з 2014 р. на 17,37%, що пояснюється збройним конфліктом на сході України. Друге і третє місце розділили Молдова і Білорусь. Ці держави відвідало відповідно 6,71% і 4,52% від загальної чисельності українців, що виїхали за кордон, в 2016 році, що менше в порівнянні з 2014 р. відповідно на 4,08% і на 2,34% туристів. Ці держави багаті красивою природою, цікавою екскурсійною програмою і великими можливостями для відпочинку і лікування. Аналізуючи виїзд громадян України за межі своєї держави, слід зазначити, що більша частина туристів вважають за краще здійснювати туристичні поїздки самостійно, без допомоги туристичної фірми. Дана тенденція обумовлена недосконалістю організації туристичного бізнесу, низькою якістю і завищеною вартістю послуг.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити наступні висновки: по-перше, визначено, що розвиток туризму на будь-якому етапі свого розвитку, здійснюється під впливом екзогенних факторів, які за своєю різноманітністю поділяються на статичні та динамічні, негативні та позитивні; за своєю функціональністю – на політичні, соціально-демографічні, фінансово-економічні та матеріально-технічні, що дають можливість визначити організаційно-економічні напрями розвитку туризму для подальшого формування стратегічних імперативів розвитку туристичного бізнесу; по-друге, досліджуючи соціально-демографічні особливості тієї чи іншої території, можна спрогнозувати напрями туристичного призначення, розвиваючи популярність тих чи інших видів

туризму з метою підвищення економічного розвитку держави. Для кожної групи населення, які класифікуються за різними демографічними ознаками, потрібно мати свій туристичний продукт, який буде задовольняти попит і потреби тієї чи іншої групи. Облік демографічного чинника дає можливість виявити поведінкові особливості туристів та з'ясувати, яким чином він впливає на структуру туристичного попиту. При цьому необхідно враховувати і той факт, що у кожній такій групі буде свій бюджет.

*Список використаних джерел:*

1. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Дружиніна В. В., Скоробрух К. І. Вплив міграції робочої сили на демографічну ситуацію держави // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 4 (1). – С. 81-86.
5. Василенко В. Н. Диагностика развития регионов: структура, границы, методы: монография / В. Н. Василенко, П.В. Гудзь, О. А. Кратт и др.; под науч. ред. В. Н. Василенко. – Донецк: Юго-Восток, 2009. – 286 с.

*Список использованных источников:*

1. Азарян А.Н. Рынок туристических услуг: мониторинг и развитие комплекса маркетинга: Монография / А.Н. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецк: Изд-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
2. Дядюшка Л.П. Экономика туристического бизнеса: учебное пособие [для студ. высш. учеб. закл.] / Л.П. Дядюшка. – М.: Центр учебной литературы, 2007. – 224 с.
3. Официальный сайт Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Дружинина В. В. Влияние миграции рабочей силы на демографическую ситуацию страны / В. В. Дружинина, К. И. Скоробрух // Вестник Хмельницкого национального университета. Экономические науки. – 2013. – № 4 (1). – С. 81–86.
5. Василенко В. Н. Диагностика развития регионов: структура, границы, методы: монография / В. Н. Василенко, П. Гудзь, А. А. Кратт и др.; под науч. ред. В. Н. Василенко. – Донецк: Юго-Восток, 2009. – 286 с.

*References:*

1. Azaryan O.M. Market of tourist services: monitoring and development of the marketing complex: Monograph / O.M. Azaryan, N.L. Zhukov. – Donetsk: View of DonMU, 2002. – 241 p.
2. Uncle LP Economy of the tourist business: a manual [for the studio. higher tutor shut off] / LP Uncle. – K.: Center for Educational Literature, 2007. – 224 p.
3. Official site of the State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Druzhynina V.V Impact of labor migration on the demographic situation of the state / V.V. Druzhynina, K.I. Skorobruh. – Bulletin Khmelnytsky National University. Economics: Khmelnytsky – 2013. – № 4. – P. 81–86.
5. Vasilenko V.N. Diagnostics of regional development: structure, boundaries, methods: monograph / V.N. Vasilenko, P.V. Gudz, O. A. Kratt and others; under science Ed. V. N. Vasilenko. – Donetsk: South-East, 2009. – 286 p.