

УДК 338.484.2:338.27

DOI: 10.18524/2303–9914.2021.1(38).234684

**А. В. Кузишин**<sup>1</sup>, канд. геогр. наук, доцент,**Т. О. Черешнюк**<sup>1</sup>, аспірант,**І. В. Поплавська**<sup>1</sup>, канд. геогр. наук, доцент,**С. Я. Добровольська**<sup>2</sup>, канд. геогр. наук, завідувач

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,

<sup>1</sup>кафедра географії України і туризму,

вул. М. Кривоноса, 2, Тернопіль, 46027

kuzyshyn\_a@tnpu.edu.ua

<sup>2</sup> Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола,

відділення економіки і туризму,

вул. Б. Хмельницького, 15, Тернопіль, 46002

dobrovolskas32@gmail.com

## ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ УКРАЇНИ: СТАН І ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ

Дане дослідження присвячене аналізу міжнародних туристичних потоків, спрямованих в Україну. Проведено діагностику туристичних потоків за регіонами світу та встановлено тенденцію зростання ролі туризму як на локальних, так і міжнародному рівнях. Було детально проаналізовано привабливість України для туристичних регіонів світу шляхом оцінки туристичних прибуттів через призму виділення країн-лідерів в кожному з них. Це дозволяє аналізувати місце України в туристичних потоках цих територій. Окрему увагу приділено потокам туристів в межах самої країни та зроблено аналіз найбільш привабливих територій для іноземних туристів в розрізі обласних регіонів. Результати попереднього емпіричного дослідження підтвердили, що різні соціальні групи мають свої специфічні моделі туристичної діяльності, показуючи також, які групи реагували на глобалізацію найбільш сильно і можливі наслідки, які це може мати для туристичної діяльності.

**Ключові слова:** туристичні потоки, міжнародний туризм, глобалізаційні процеси, регіональний аналіз, туристоутворюючі країни.

### ВСТУП

Міжнародний туризм спричиняє економічні, політичні, соціальні, культурні зміни та сприяє розширенню єдиної глобальної дієвої мережі. Завдяки йому є доступ до інформації та сучасних форм спілкування й здійснюється стимулюванню просторової мобільності населення. Це дозволяє вільно обмінюватися ідеями, в результаті чого люди стають більш багатосторонньо розвинутими та формують нове ставлення та поведінку. Водночас розвиток туризму неможливий без нормальної міжрегіональної конкуренції, тобто поступальний рівень

розвитку кожного туристичного регіону, в нашому випадку – кожної держави, залежить від її спроможності реалізувати наявний туристичний потенціал. Так само надзвичайно важливим є розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, який здатен зробити вагомий внесок у соціально-економічний розвиток країни, впливаючи на надходження до місцевих та державного бюджетів, розвиток підприємництва у туристичній та суміжних сферах. Туризм як дедалі важливіша діяльність проявляється всі ці зміни, особливо масовий туризм, який можна побачити у всіх вимірах глобальних змін.

### МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичну основу дослідження міжнародних туристичних потоків складають рекомендації UNWTO, а також сучасні наукові розвідки вітчизняних та закордонних європейських дослідників.

Багато сучасних визначальних факторів розвитку туризму можна розглядати в межах економічного, політичного, соціального та культурного вимірів цих процесів. Будучи дуже важливим компонентом сучасної світової економіки, туризм привернув увагу багатьох дослідників, які, зокрема, прагнуть встановити економічну залежність між туризмом та глобальними та регіональними процесами глобалізації. В ході нашого дослідження ми плануємо дослідити, як географія походження туристів впливає на ці процеси в конкретній країні (на прикладі України). Через такі дослідження є можливість оцінити зміни економічної, соціальної та політичної системи, а також культуру в країні загалом та її регіонах, вплив на населення усьому світі, впливаючи також на людей (Бауман, 1999; Голка, 1999). Ця стаття має на меті визначити як туристичні потоки можуть сформувати позиціонування певної країни (в нашому випадку – України) на світовому туристичному ринку як складовій світової мережевої господарської системи.

Саме збільшення просторової мобільності людей у поєднанні з зростанням виїзних поїздок стало запорукою розвитку міжнародних туристичних потоків (Барнс, & Новеллі, 2008). Причинами, що люди частіше виїжджають за кордон, є поступово посилення інтеграції та співпраці у світовій економіці та частіші ділові контакти, а також їх бажання бачити нові місця. Частота подорожей збільшується разом із пройденими відстанями, головним чином через розвиток телекомунікацій та засобів транспорту (Вахаб, & Купер, 2001). У світі, де авіакомпанії знижують вартість проїзду, час подорожі все коротший і коротший, розвинені суспільства стають все більш багатими, а інформація легко доступна, виїзні поїздки сприймаються все частіше і частіше як досяжна альтернатива подорожам у середині країни.

Аналізуючи туристичні потоки в Україну слід зауважити, що це типове пост-соціалістична країна, яка ще формує своє «туристичне обличчя» та шукає відповідну туристичну нішу. Дві обставини мають першорядну роль – економічні та політичні бар'єри, які значною мірою перешкоджають виїзному туризму та

обмежують географію напрямків (акцент родиться на країнах Центральної та Східної Європи). Безперечно, що розпад комуністичного блоку, усунення політичних бар'єрів та менш обтяжливі формальності на кордонах сприяли підвищенню інтенсивності виїзного туризму.

Міжнародні туристичні потоки сприяють формуванню нової форми поведінки, нової культурної моделі, яка давно досліджується науковцями П. Барнсом, М. Новелем, С. Хеллом, М. Лівом (Барнс, & Новеллі, 2008; Хелл, & Лів, 2009). Процеси багато в чому залежать від сприйняття тієї дестинації, яку відвідують туристи. Цей аспект більш широко обговорювався М. Алваресом та Г. Асугманом (Алварес, & Асугман, 2006), які розробили дві моделі туристів – дослідників та планувальників. А. Длужевська (2009) розділила туристів на імпортерів культури та експортерів культури (критерієм поділу є поглинання місцевих культурних цінностей) (Длужевська, 2009).

Слід відзначити, що міжнародні туристичні потоки слід розцінювати як одну з форм глобалізації, яка покращує екологічну обізнаність та пропагує концепцію сталого розвитку (Хелл, & Лів, 2009). Масштаби шкідливих і незворотних змін навколишнього середовища, які є наслідком діяльності людини, викликають тривогу у всьому світі. Ситуація вимагає шукати шляхи, які відновлять рівновагу між тим, що потрібно людям, та оточенням. Індустрія туризму також приділяє увагу концепції сталого розвитку, яка тісно пов'язана з глобалізаційними проявами. Усвідомлення ним ризиків, пов'язаних із занадто великим трафіком туристів, робить галузь більш рішучою для забезпечення симетрії між потребами туристів, навколишнім середовищем та місцевими громадами (Вахаб, & Купер, 2001).

Ще одним проявом глобалізації, що суттєво впливає на туризм і досліджувався Б. Холовіцка, Е. Гржелак-Костульська, є мода (брендінг), яка робить деякі туристичні регіони дуже популярними, хоча популярність часто є тимчасовою (Холовіцка, & Гржелак-Костульська, 2013). Конкретні соціальні групи можуть мати особливі причини, через які вони вважають деякі напрямки більш привабливими, ніж інші. Це можуть бути престиж, «гарячі» спортивно-оздоровчі заходи (популяризація пригородного туризму), а також фінансові аспекти (виправдане співвідношення ціни та якості послуг). Оскільки інформація визначає і популяризує моду, молоді люди, які мають доступ до інформаційних систем і знають, як ними користуватися, є, мабуть, найбільш чутливими до нових тенденцій моди.

Король О. (2018) своє дослідження даної проблематики зосередив на формуванні туристичних потоків під впливом транспортно-географічного положення, кліматичних умов та рівня добробуту населення (Король, 2018). Це дозволило автору здійснити кластерний аналіз залежності між туристичними прибуттями і доходами від іноземного туризму. Таким чином він визначав напрямки в'їзних туристичних потоків як критерій туристичної привабливості території.

Щодо території України, дана проблематика розглядалася в дослідженні Н. Погуди та О. Розметової (2018), які зосередили увагу на аналізі туристичних потоків, діагностиці основних показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності (кількості туристів обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності та доходів туристичних підприємств за категоріями юридичних та фізичних осіб) (Погуда, & Розметова, 2018). Таким чином в регіональному розрізі провели розподіл кількості суб'єктів туристичної діяльності та виявити нерівномірність такого розподілу. Проведений аналіз став основою побудови прогнозів щодо доходів від надання туристичних послуг за трьома сценаріями розвитку: песимістичному, реалістичному та оптимістичному.

Також дана проблема розглядалася в дослідженнях А. Кузишина (2020). Він детально проаналізував привабливість України в контексті туристичних регіонів світу шляхом оцінки туристичних прибуттів через призму виділення країн-лідерів в кожному з них. В результаті було визначено місце України в туристичних потоках цих територій. Окрему увагу приділено потокам туристів в межах самої країни та зроблено аналіз найбільш привабливих територій для іноземних туристів в розрізі обласних регіонів.

На регіональному рівні дана проблема розглядалася в дослідженнях А. Кузишина та Я. Мариняка (2010). Їх наукова розвідка обґрунтовувала залежність спрямованості та насиченості туристичного потоку від рівня сформованості та комфортності туристичної інфраструктури (на прикладі областей Західноукраїнського регіону). Акцент на умовах перебування автори визначають одним з базових в спрямованості міжнародних туристичних потоків.

Не зважаючи на достатню кількість досліджень, дана проблематика і далі залишається актуальною та затребуваною. Її актуальність в Україні пов'язана з частковою регіональною переорієнтацією міжнародних туристичних потоків і суттєвою зміною географії країн, які представляють ці туристи.

Таким чином, метою дослідження є осучаснене бачення проблеми туристичних потоків в межах однієї з країн Центрально-Східноєвропейського туристичного субрегіону (за методологією UN WTO).

В ході проведеного дослідження для перевірки сформульованих гіпотез та результатів власних досліджень автори використовували статистичні дані офіційного сайту WTO та статистика Державної служби статистики України. На основі аналізу доступних статистичних даних було створено графічні моделі та проаналізовано динаміку туристичних прибуттів в Україні за період 2006–2018 рр., що дозволяє визначити тренди та особливості туристичної привабливості.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

*Загальна характеристика туристичних потоків.* Туристичні потоки виступають індикатором функціонування туристичного ринку, який вважається досить гнучким, оскільки швидко реагує як на зміни туристичного попиту та пропозиції, так і на зміни середовища (політичні, соціальні, економічні, гео-

графічні, соціокультурні). Вони виступають лакмусовим індикатором цікавості до певної туристичної дестинації.

Основна риса туристичної активності серед міжнародних туристів – зростання просторової мобільності населення та зростання відстаней, які долаються з метою туристичного відвідування. В недалекому минулому ці фактори могли навіть зараховуватися до таких, що стримують туристичну активність. Тому, будучи одним з проявів глобалізації, формування туристичних потоків є необхідною оцінкою схильності населення до поїздок за кордон.

*В'їзна туристична активність іноземних туристів в Україні.* Численні спостереження свідчать про те, що соціальні групи відрізняються у використанні туристичних можливостей, особливо щодо виїзних поїздок. Важливими факторами, що викликають різницю, є вік, рівень освіти та рівень доходів. Найвищою мобільністю відзначаються особи віком 18–44 роки, а найменшою – люди похилого віку.

Вважається, що рівень освіти є важливим фактором, що визначає туристичну діяльність, включаючи схильність людей до поїздок за кордон. Дослідження Б. Холовіцької та Е. Гржелак-Костульської підтвердило цю думку (Холовіцька, & Гржелак-Костульська, 2013, с. 53). Хоча їх дослідження торкалися території Польщі, висновки, які були досягнуті ними можна екстраполювати на територію України – вони визначили, що майже 40% туристів-респондентів мають вищу освіту, 24% – особи із середньою освітою та лише 10% – туристи-респонденти з базовою професійною освітою.

Що стосується тривалості та періодичності поїздок, то короткочасні виїзні поїздки були найбільш типовими для студентів та економічно активних людей віком від 18 до 44 років (максимум 3-денні поїздки, що займаються кілька разів на рік). У старших вікових групах частота коротких виїзних поїздок була явно нижчою. Тривалі закордонні поїздки, що перевищували 4 дні, показали подібну схему. Молодь знову була найактивнішою. Понад 70% студентів виїжджали за кордон принаймні «раз на кілька років», кожен четвертий – «раз, двічі на рік», і приблизно 7% – «кілька разів на рік». Наступна вікова група (економічно активне населення віком до 44 років) за своїми характеристиками була дуже схожа щодо частки респондентів, які виїжджають за кордон та частота поїздок, але показник тих, хто взагалі не виїжджав за кордон, становив 35%. Старші вікові групи мали помітно більший відсоток респондентів, які не виїжджали за кордон: понад 50% у групі осіб післяпрацевдатного віку та понад 86% у групі пенсіонерів віком 65+ років (Холовіцька, & Гржелак-Костульська, 2013, с. 54). Зібрані дані дозволяють твердити не лише про вікові особливості, а й вказує на залежність між фінансовим станом домогосподарств та їх туристичною діяльністю.

Висновок їх дослідження полягає в тому, що минулий досвід спонукає людей відвідувати нові країни чи регіони. Цей висновок справедливий для всіх вікових категорій, але частка осіб, які обирають глобальний масштаб своїх майбутніх подорожей, завжди є більш відчутним у наймолодшій віковій групі та зменшується з віком. Цікаво зазначити, що молоді люди не вважають, що брак

досвіду може стати головною проблемою в їхній туристичній активності. Однією з причин цього оптимізму, підкріпленої результатами опитування, може бути слабка усвідомленість усіх проблем, пов'язаних із виїзними поїздками, особливо до більш віддалених напрямків. Незалежно від того, на чому ґрунтується такий оптимізм, це свідчить про те, що люди мають позитивне ставлення до виїзного туризму, і це повинно призвести до того, що в подальшому вони й далі будуть активними туристами.

Нами було проаналізовано лінійку туристичних прибуттів за період 2006–2017 рр. До 2013 р. спостерігається чітка тенденція до зростання відвідуваності України іноземцями від 19 млн осіб в 2006 р. до 24,7 млн осіб в 2013 р. (таким чином, приріст прибуттів в країну за цей час склав 30%). 2014 та 2015 рр. стали найбільш кризовими в туристичних прибуттях в Україну, що чітко відображає відсутність безпеки та невпевненість в майбутньому, пов'язаному з війною на сході України. Від 2016 р. року спостерігається повільний приріст абсолютних кількісних показників прибуттів і в 2017 р. відвідуваність України зросла на 14% у порівнянні з найнижчим показником 2015 р.

Цікавим критерієм є співставлення за оцінюваний період мети прибуття іноземців в Україну (табл. 1). В 2006 р. з туристичною метою прибуло дещо більше 6% іноземців, водночас основна частка прибуттів обґрунтовується приватною метою (понад 87%). Понад 5% прибуттів припадало на бізнесові поїздки. В 2011 р. частка тих, хто приїжджав з туристичною метою в країну зменшилась до 5,7%, хоча загальна кількість прибуттів зросла. Частка приватних поїздок збільшилась до 89,5%, а бізнесові поїздки зменшилися до 3%. В 2017 р. надзвичайно зменшилась частка тих, хто прибув з туристичною метою (0,3%), що слід вважати тривожним сигналом (повернемося до цього питання дещо пізніше). Суттєво зросла частка тих, хто прибував з приватною метою (96,6%), що відбулося за рахунок інших категорій відвідувачів (ділові поїздки, навчання, працевлаштування; винятком є зростання поїздок з метою культурного, спортивного, релігійного характеру).

Рис. 1 демонструє скорочення кількості тих, хто в'їжджає в Україну з туристичною метою. Щоправда, недосконалість та непрозорість статистичного обліку не дозволяє з впевненістю покладатися на ці показники, адже значна частка тих, хто декларує іншу мету прибуття (приватна, ділові поїздки, навчання, працевлаштування, поїздки метою культурного, спортивного, релігійного характеру) обов'язково поєднують своє перебування з туристичним пізнанням та відкриттям для себе туристичних принад України. Але офіційно туристична мета перебування все рідше стає метою обґрунтування в державі.

Таку негативну динаміку можна спробувати пояснити кількома причинами. Основна частка подорожуючих з приватною метою займаються самоорганізацією туристичного формату, чому сьогодні активно в світі та Україні зокрема сприяє наявність спеціалізованих інтернет-платформ, туристичних блогів та просто форумів з враженнями туристів.

Таблиця 1

**Розподіл іноземних громадян за метою приїзду в Україну,  
2006–2017 рр., млн осіб\***

Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього	Роки											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
18935,8	23122,2	25449,1	20798,3	21203,3	21415,3	23012,8	24671,2	12711,5	12428,2	13333,1	14229,6	
Із них – за метою поїздки:												
служба, ділова, дипломатична	1011,2	909,0	1048,4	741,9	694,6	645,0	350,2	1674,2	494	41,2	33,4	89,0
Туризм	1210,0	1445,0	1693,3	1350,0	1083,0	1222,6	940,0	488,5	146,8	137,9	172,8	39,0
Приватна	16552,2	20563,0	22291,0	18348,1	19089,1	19180,1	16795,2	18167,7	9696,8	11525,2	12953,7	13741,6
Навчання	45,3	49,5	65,2	103,5	67,5	59,2	23,8	0,3	1,1	0,1	2,1	4,5
Працевлаштування	4,6	7,8	12,0	31,8	14,8	16,1	9,1	0,3	0,8	1,3	0,0	2,6
Імміграція	15,8	24,0	27,8	8,6	48,3	64,8	40,4	5,1	0,2	2,3	3,1	4,0
культурний та спортивний обмін, релігійна, інша	96,6	123,9	311,3	214,5	206,1	224,1	485,4	584,2	281,4	720,2	167,9	348,9

\* складено за даними (Туристична діяльність в Україні у 2018 році: статистична інформація; Туристична діяльність в Україні у 2019 році: статистична інформація)

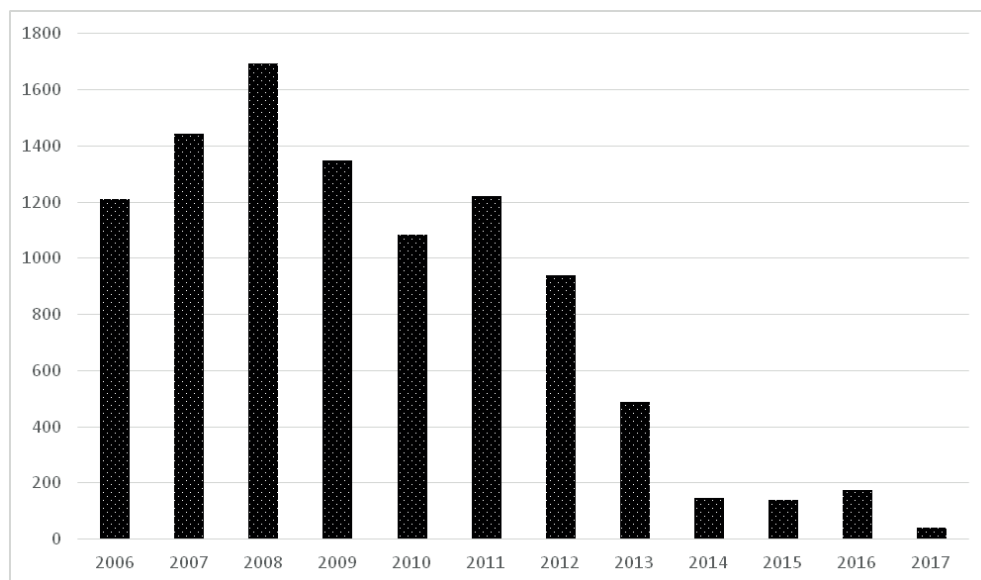


Рис. 1. Динаміка туристичних прибуттів в Україну з туристичною метою за період 2006–2017 рр., тис. осіб\*

\* складено авторами за Туристична діяльність в Україні у 2018 році: статистична інформація; Туристична діяльність в Україні у 2019 році: статистична інформація.

Світові сайти бронювання розміщення та перевезення часто надають супутні послуги туристичного спрямування, до яких також часто звертаються іноземці. Але загалом для туристично зорієнтованих об'єктів (туристичні пам'ятки, заклади харчування, дозвіллі центри, подієві туристичні ресурси) дані тенденції мають позитивну роль. Від подібного процесу страждають організатори туристичної діяльності (туроператори та турагенти) та працівники туристичної сфери (екскурсоводи, гіді тощо), які не завжди можуть конкурувати з потужними світовими інтернет-ресурсами, що пропонують подібні послуги. Водночас це повинно спонукати представників турбізнесу формувати неповторні та унікальні пропозиції, які б мали привернути увагу іноземців.

*Географія походження туристів, що відвідували Україну.* Під час дослідження також ставилась мета вивчити зацікавленість Україною іноземцями шляхом оцінки географії країн їх походження.

В 2017 р. Україну відвідали представники більш ніж 130 країн. Серед країн-лідерів за кількістю відвідувачів були Молдова (4435,6 тис. осіб), Білорусь (2727,6 тис. осіб), Росія (1464,8 тис. осіб), Польща (1144,2 тис. осіб), Угорщина (1119,4 тис. осіб), Румунія (791,1 тис. осіб), Словаччина (366,2 тис. осіб), Туреччина (270,7 тис. осіб), Ізраїль (261,5 тис. осіб), Німеччина (209,4 тис. осіб), США (153,8 тис. осіб). Відрадно, що цей перелік останніми роками доповнили представники Азербайджану (96,0 тис. осіб), Італії (84,6 тис. осіб), Великої



Британії (78,6 тис. осіб), Литви (75,6 тис. осіб), Франції (61,0 тис. осіб), Чехії (67,7 тис. осіб). До війни, в 2012 р. географія іноземних туристів суттєво відрізнялася: Росія (9526,7 тис. осіб), Молдова (4849,1 тис. осіб), Білорусь (3091,8 тис. осіб), Польща (1404,1 тис. осіб), Румунія (791,3 тис. осіб), Угорщина (742,4 тис. осіб), Словаччина (476,6 тис. осіб), Німеччина (274,1 тис. осіб), США (134,1 тис. осіб), Узбекистан (185,5 тис. осіб), Туреччина (117,1 тис. осіб), Ізраїль (107,1 тис. осіб), Азербайджан (101,2 тис. осіб). Позитивним трендом слід вважати те, що збільшилась кількість прибуттів з країн ЄС та світу, негативом слід вважати загальне скорочення кількості тих, хто прибув в країну.

Свої особливості характерні для розподілу туристів за туристичними регіонами світу (за методологією UNWTO). В кожному з шести туристичних регіонів нами за рейтингом було обрано по п'ять країн-лідерів за кількістю туристів, які прибували в країну в 2006, 2012 та 2017 рр. Є кілька туррегіонів, в яких лідери за весь не змінювалися (країни Американського, Південноазійського та Азіатсько-Тихоокеанського туристичного регіону). В решті регіонів топ країн-лідерів за вказаний період зазнав мінімальних змін.

На увагу заслуговують показники частки туристів, що представляють п'ять країн лідерів за прибуттями в Україну в кожному туристичному регіоні за вказаний період.

З Європейського туристичного регіону прибуває основна кількість туристів (близько 98% всіх прибуттів в країну) – це усталений тренд. Але якщо в 2006 р. на топ-п'ятірку за прибуттями (Росія, Польща, Молдова, Білорусь та Угорщина) в Україну припадало майже 90%, в 2012 р. цей показник зменшився до 86,5%, а в 2017 р. – до 68%. Це не свідчить про скорочення інтересу до України (винятком є росіяни, що в умовах війни – природньо), а радше є свідченням розширення зацікавленості з боку інших держав регіону, що однозначно є позитивним сигналом. Черговий беззаперечний факт – збільшення числа країн регіону, з яких прибувало понад 50 тис. туристів – 2006 р. – 13 країн, 2012 р. – 20 країн, 2017 р. – 14 країн (тут слід наголосити на факторі війни на сході України, який безумовно є стримуючим елементом функціонування туристичного ринку).

В цьому ж контексті цікавим є аналіз числа туристів з країн ЄС. В 2006 р. з цих країн прибуло 6681,4 тис. осіб, що складало 35,3% від числа прибулих з Європейського туристичного регіону. В 2012 р. цей показник складав 4324,5 тис. осіб або 31,1% від числа європейських туристів. Таким чином можна констатувати, що Європейський туристичний регіон відіграє домінуючу роль в формуванні туристичних потоків і відбулася певна переорієнтація туристів – з початку ХХІ ст. до 2017 р. зменшується кількість російських та білоруських туристів і водночас зростає число туристів з країн ЄС та інших держав Європи, які традиційно привозять більше коштів в країну (дохідність від одного туристичного прибуття вища).

Американський туристичний регіон – другий за кількістю туристів, що приїжджають в Україну, хоча їх кількість не надто велика. Топ-лідери за прибуттями – стабільні (США, Канада, Бразилія, Аргентина, Мексика) і саме на них припадає 98–99% прибуттів з цього регіону. Щоправда, слід наголосити, що і в інші країни світу ці держави відряджають основну кількість туристів з Американського туристичного регіону.

Основні туристоутворюючі країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону – стабільні (Китай, Південна Корея, Японія, Австралія, В'єтнам), але їх частка в загальному потоці зменшується (2012 р. – 87,5%, 2017 р. – 78%), що можна вважати позитивним трендом щодо розширення числа туристів з цього регіону в світі загалом і числом тих, хто зацікавився Україною зокрема (загальний показник прибуттів за вказаний період зріс на 85% і має постійну позитивну тенденцію).

Інші туристичні регіони світу розглядають Україну як перспективний напрямок міжнародних туристичних прибуттів, з досить стабільним колом туристоутворюючих країн. В Південноазіатському регіоні такими країнами є Індія, Ірак, Пакистан, Афганістан, Бангладеш (послідовність згадування країн відповідає кількості туристів, що приїжджають з цих країн в Україну). В Африканському туристичному регіоні постійно лідируючі позиції за прибуттями займають Марокко, Нігерія, Туніс, а в окремі роки в число країн лідерів попадали Алжир, Мозамбік, Південна Африка та Республіка Кабо-Верде). Для Близькосхідного туристичного регіону країнами-маркерами з даного питання виступають Єгипет, Йорданія, Ірак, Ліван, Сирія та Лівія. Як свідчить рис. 2, частка трьох останніх туристичних регіонів в міжнародних туристичних прибуттях в Україну мізерна. Цим же можна пояснити мінімалістичні глобалістичні зв'язки між цими країнами та регіонами і це є причиною слабого взаємозв'язку між культурами України та цих регіонів.

За офіційною статистикою, в 2017 р. 58% туристів, які відвідували Україну та були обслуговувані туроператорами та турагентами, метою поїздки визначали лікування. 39% з них визначали метою поїздки відпочинок та дозвілля і лише 2,3% приїжджали з службовою або навчальною метою (табл. 2). В 2018 р. ситуація дещо змінилася. Майже 70% іноземних туристів, які відвідували Україну метою подорожі декларували відпочинок та дозвілля.

Важливою є інформація щодо відвідуваності іноземцями регіонів України. Дані 2018 р. чітко корелюються з військовим станом, який характерний для східних районів держави. За даними офіційної статистики туроператори не обслуговували іноземних туристів в 13 областях України (Вінницька, Дніпропетровська, Житомирська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька та Чернігівська області). Водночас, така ж кількість адміністративних територій була офіційно цікавою для іноземних туристів. Безперечним лідером за прибуттями є м. Київ, а також Львівська та Івано-Франківська області (на них припадає



Рис. 2. Показники прибуттів в Україну з п'яти країн-лідерів туристичних регіонів світу, 2018 рік, тис осіб (продовження див. на с. 128)

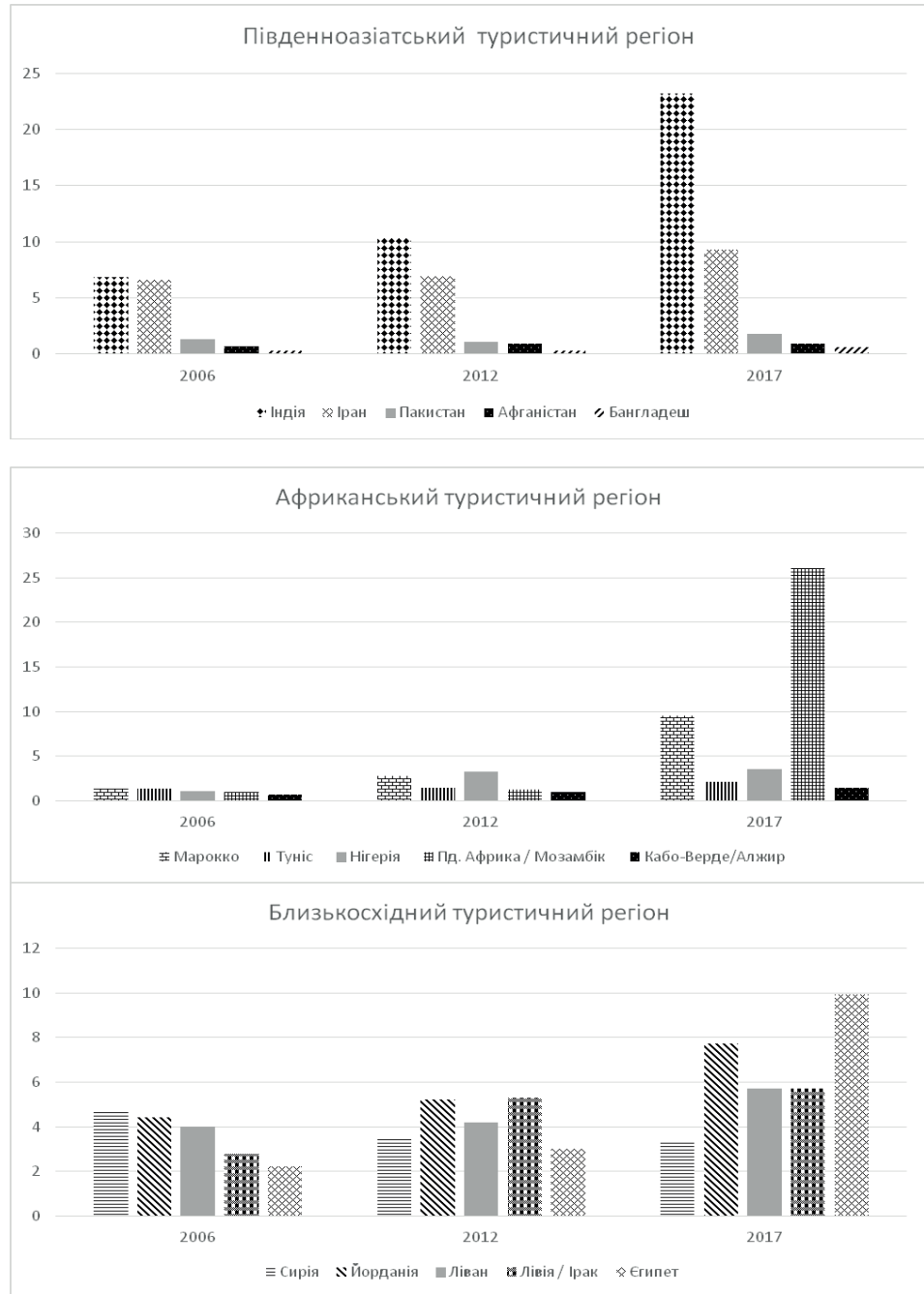


Рис. 2. Показники прибуттів в Україну з п'яти країн-лідерів туристичних регіонів світу, 2018 рік, тис осіб

\* складено авторами за Туристична діяльність в Україні у 2018 році: статистична інформація; Туристична діяльність в Україні у 2019 році: статистична інформація

Таблиця 2

**Кількість іноземних туристів, обслуговуваних туроператорами  
та турагентами України в 2018 році**

		Заг. к-сть туристів	У тому числі за метою поїздки					
			службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочи- нок	Лікуван- ня	спортив- ний туризм	спеціалі- зований туризм	інші
1	Україна	72941	8031	58914	3883	235	283	159
2	Вінницька	-						
3	Волинська	428	-	27	251	150	-	-
4	Дніпропетровська	-	-	-	-	-	-	-
5	Донецька	11	11	-	-	-	-	-
6	Житомирська	-	-	-	-	-	-	-
7	Закарпатська	173	-	173	-	-	-	-
8	Запорізька	252	5	247	-	-	-	-
9	Івано-Франківська	3392	-	3392	-	-	-	-
10	Київська	2	-	2	-	-	-	-
11	Кіровоградська	-	-	-	-	-	-	-
12	Луганська	-	-	-	-	-	-	-
13	Львівська	6395	-	3973	2327	55	40	-
14	Миколаївська	-	-	-	-	-	-	-
15	Одеська	1938	69	1869	-	-	-	-
16	Полтавська	-	-	-	-	-	-	-
17	Рівненська	-	-	-	-	-	-	-
18	Сумська	-	-	-	-	-	-	-
19	Тернопільська	-	-	-	-	-	-	-
20	Харківська	154	-	154	-	-	-	-
21	Херсонська	-	-	-	-	-	-	-
22	Хмельницька	-	-	-	-	-	-	-
23	Черкаська	24	-	24	-	-	-	-
24	Чернівецька	137	-	137	-	-	-	-
25	Чернігівська	-	-	-	-	-	-	-
26	м. Київ	60035	7957	48905	1305	30	243	1595

\* складено за даними (Туристична діяльність в Україні у 2018 році: статистична інформація; Туристична діяльність в Україні у 2019 році: статистична інформація)

91,5% обслуговуваних турагентами іноземних туристів). Серед інших областей ще виділяється Одеська область, на яку припадає 2,5% туристів, які були обслужені українськими турагентами.

В певній мірі дана статистика викликає стурбованість. Адже можна погодитися, що туристи в цілях безпеки не відвідують прифронтові області, але викликає сумнів відсутність організованих туристів в Вінницькій, Полтавській, Рівненській, Тернопільській чи Хмельницькій областях. Кожна з них має визначні туристичні дестинації та формують відповідну туристичну інфраструктуру. Загалом це є проблемою прозорої оцінки статистики міжнародних туристичних потоків, які дозволяють реально оцінити туристичну привабливість окремих територій держави.

Нові тенденції в туризмі впливають на те, що потрібно людям та на їх мотивацію, а також впливають на частоту та тривалість поїздок.

## ВИСНОВКИ

Як складний і динамічний процес, глобалізація прямо чи опосередковано багато в чому сприяє розвитку туризму. Здійснюючи економічні, соціальні, політичні та навіть культурні зміни, глобалізація утворює єдиний глобальний ринок і значно полегшує рух капіталу, товарів та людей. Глобалізація також має свій нематеріальний аспект – забезпечуючи доступ до інформації та сучасних форм спілкування та стимулюючи просторову мобільність населення, вона забезпечує вільний потік ідей, які демонструють індивідам нове ставлення та поведінку. На міжнародні туристичні напрямки впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори, але середовище по-різному реагує на силу та ступінь їх впливу.

Зростаюча мобільність населення та наслідки розвитку виїзного туризму є одним із головних наслідків глобалізації. Дослідження показало, що розширюється географія зацікавленості Україною з боку іноземних туристів. В певній мірі це можна обґрунтувати війною, яка суттєво переорієнтувала склад та напрямки міжнародних туристичних потоків в Україні. Ця тенденція, ймовірно, продовжиться і в майбутньому.

Ключову роль відіграють туристи з Європейського туристичного регіону, щоправда змінюється рейтинг тих країн, з яких приїжджала основна частина відвідувачів. Для цього регіону з початком війни спостерігається зміна країн, які стали туристоутворюючими для України і розширилася географія країн, з яких приїжджали, що загалом позитивно позначається на іміджі країни та підкреслює роль міжнародних туристичних потоків для включення України в глобалістичні процеси. Можна вважати також цікавим сигналом зростання потоку туристів з країн ЄС, що варто оцінювати як пошук нового цікавого ринку для країн цього субрегіону. Інші туристичні регіони досить повільно формують довіру до України шляхом зростання кількості туристичних прибуттів але позитивна тенденція все ж спостерігається, що є позитивною тенденцією.

В межах України організований туристичний рух пов'язаний тільки з 50% території держави, хоча безперечними лідерами є м. Київ, а також Львівська та Івано-Франківська області. Щоправда, статистика з даного питання є недосконалою та непрозорою та не відображає реального стану речей.

Загалом, проаналізовані показники дозволяють твердити, що туристичні потоки спрямовані з країн, що представляють всі туристичні регіони світу дозволяють твердити, що Україна таким чином є складовою сучасних глобалістичних процесів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Доповідь Світового економічного форуму в галузі туризму за 2019 рік. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (дата звернення: 14 січня 2021).

Король О. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл: монографія Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2018. 512 с.

Кузишин А. В. Міжнародний туризм. Тернопіль: Вектор, 2016. 204 с.

Кузишин А. В. Міжнародний туристичний бізнес. Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.

Кузишин А., Мариняк Я. Оцінка туристичної привабливості Західноукраїнських областей в світлі міжнародних туристичних прибуттів. *Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових праць*. Вип. 519–520: Географія. Чернівці: Чернівецький нац. у-тет, 2010. С. 141–145.

Романова Г. В зоні особливого тяжіння. Завдяки чому зростає кількість іноземних туристів в Україні. 2019. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/markets/inozemniy-turizm-ukrajina-pidnyalasya-v-reytingu-turistichnoji-privablivosti-novini-ukrajini-50047420.html> (дата звернення: 10 грудня 2020).

Погуда Н. В., Розметова О. Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспектив розвитку. *Ефективна економіка*, 2018. vol. 10. DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.57

Туристична діяльність в Україні у 2018 році: статистична інформація. URL: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/tyr/tyr\\_dil/arch\\_ty\\_r\\_dil.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm). (дата звернення: 10 грудня 2020).

Туристична діяльність в Україні у 2019 році: статистична інформація. URL: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_ty\\_r\\_dil.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm) (дата звернення: 10 грудня 2020).

Alvarez, M., Asugman, G. Explorers versus planners: a study of Turkish tourists. *Annals of Tourism Research*, 2006. Vol. 33, No. 2, pp. 173–182. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2005.12.001>

Bauman Z. Globalization. The human consequences, Cambridge Malden, MA: Polity Press in association with Blackwell Publisher Ltd, 1999.

Burns P., Novelli M. Tourism and mobilities: local-global connections, CABI, 2008.

Dłużewska A. Społeczno-kulturowe dysfunkcje turystyczne w krajach islamu (The socio-cultural dysfunctions of tourism in Islamic countries – in Polish), Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2009.

Golka M. Cywilizacja, Europa, globalizacja (The civilization, Europe, globalization – in Polish), Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora. 1999.

Hall C.A. and Lew M.A. Understanding and managing tourism impacts: an integrated approach, Abingdon: Taylor & Francis. 2009

Hołowiecka B., Grzelak-Kostulska E. Globalisation as a major factor modifying the patterns of tourism activity. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 2013. No. 21.

Kuzyshyn A. Assessment of tourism flows within the territory of Ukraine from the point of view of sustainable tourism development. *Tourism of the XXI century: Global challenges and civilization values: II International scientific and practical conference* (Kyiv, June 01, 2020). Kyiv: KNUTE. 2020. P. 578–589.

Wahab S.P. and Cooper Ch. Tourism in the age of globalization, London: Routledge. 2001.

## REFERENCES

- Dopovid` Svitovogo ekonomichnogo forumu v galuzi tury`zmu za 2019 rik. (Report of the World Economic Forum in Tourism for 2019) Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf). [in Ukrainian].
- Korol', O. (2018). Mizhnarodni tury'sty'chni potoky': suspil'no-geografichni aspekty` formuvannya ta geoprostorovy`j rozpodil: monografiya. (International tourism flows: socio-geographical aspects of formation and geospatial distribution: monograph). Chernivtsi: Chernivtsi Y. Fedkovych National university [in Ukrainian].
- Kuzy'shy'n, A.V. (2016). Mizhnarodny`j tury`zm (International Tourism). Ternopil: Vektor [in Ukrainian].
- Kuzy'shy'n, A.V. (2019). Mizhnarodny`j tury'sty'chny`j biznes. Navchal'ne vy`dannya. (International tourism business. Educational edition). Ternopil: V. Hnatiuk TNPU [in Ukrainian].
- Kuzy'shy'n, A., & Mary'nyak, Ya. (2010). Ocinka tury'sty'chnoyi pry`vably`vosti Zaxidnoukrayins'ky`x oblastej v svitli mizhnarodny`x tury'sty'chny`x pry`buttiv. (Assessment of tourism attractiveness of Western Ukrainian regions in the light of international tourist arrivals). *Scientific Bulletin of Chernivtsi University: Collection of scientific papers*. 519–520: Geography. Chernivtsi: Chernivtsi National University. 141–145 [in Ukrainian].
- Romanova, G. (2019). V zoni osobly`vogo tyazhinnya. Zavdyaky` chomu zrostaye kil'kist' inozemny`x tury'stiv v Ukrayin (In the area of special attraction. Due to which the number of foreign tourists in Ukraine is increasing) Retrieved from: <https://nv.ua/ukr/biz/markets/inozemny-turizm-ukrajina-pidnyalasya-v-reytingu-turistichnoji-privablivosti-novini-ukrajini-50047420.html>. [in Ukrainian].
- Poguda, N.V., & Rozmetova, O.G. (2018). Suchasny`j stan tury'sty'chnogo ry`nku Ukrayiny`: ocinka ta perspektvy` rozvy`tku. nom. (The current state of the tourism market of Ukraine: evaluation and prospects). *Effective economy*, 10. [in Ukrainian].
- Tury'sty'chna diyal`nist' v Ukrayini u 2018 roci: staty'sty'chna informaciya. (2018). (Tourist activity in Ukraine in 2019: Statistical information). Retrieved from: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm). [in Ukrainian].
- Tury'sty'chna diyal`nist' v Ukrayini u 2019 roci: staty'sty'chna informaciya. (2019). (Tourist activity in Ukraine in 2019: Statistical information). Retrieved from: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm). [in Ukrainian]
- Alvarez, M. & Asugman, G. (2006). Explorers versus planners: a study of Turkish tourists. In: *Annals of Tourism Research*, 33, 2, 173–182. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2005.12.001>
- Bauman, Z. (1999). Globalization. The human consequences, Cambridge Malden, MA: Polity Press in association with Blackwell Publisher Ltd.
- Burns, P.M. and Novelli, M. (2008). Tourism and mobilities: local-global connections, CABI.
- Dłużewska, A. (2009). Społeczno-kulturowe dysfunkcje turystyczne w krajach islamu (The socio-cultural dysfunctions of tourism in Islamic countries – in Polish), Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Golka, M. (1999). Cywilizacja, Europa, globalizacja (The civilization, Europe, globalization – in Polish), Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora.
- Hall, C.A. & Lew, M.A. (2009). Understanding and managing tourism impacts: an integrated approach, Abingdon: Taylor & Francis.
- Hołowicka B., & Grzelak-Kostulska E. (2013). Globalisation as a major factor modifying the patterns of tourism activity. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series* No. 21. P. 49–60. DOI: <http://dx.doi.org/10.2478/bog-2013-0020>.
- Kuzyshyn A. (2020). Assessment of tourism flows within the territory of Ukraine from the point of view of sustainable tourism development. *Tourism of the XXI century: Global challenges and civilization values: II International scientific and practical conference* (Kyiv, June 01, 2020). Kyiv: KNUTE. 578–589.
- Wahab, S.P. & Cooper, Ch., (2001). Tourism in the age of globalization, London: Routledge.

Надійшла 29.05.2021



**А. В. Кузишин**<sup>1</sup>, канд. геогр. наук, доцент,  
**Т. О. Черешнюк**<sup>1</sup>, аспірант,  
**И. В. Поплавская**<sup>1</sup>, канд. геогр. наук, доцент,  
**С. Я. Добровольська**<sup>2</sup>, канд. геогр. наук, завідувача,  
Тернопольський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка,  
<sup>1</sup>кафедра географії України та туризму,  
ул. М. Кривоноса, 2, Тернополь, 46027  
kuzyshyn\_a@tntpu.edu.ua  
<sup>2</sup>Галицький коледж імені Вячеслава Чорновола,  
Отделение економіки і туризму  
ул. Б. Хмельницького, 15, Тернополь, 46002  
dobrovolskas32@gmail.com

## **ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ УКРАИНЫ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ**

**Резюме.** Данное исследование посвящено анализу международных туристических потоков, направленных в Украину. Проведена диагностика туристических потоков по регионам мира и установлена тенденция возрастания роли туризма, как на локальном, так и международном уровнях. Детально проанализировано привлекательность Украины для туристических регионов мира путем оценки туристических прибытий в свете выделения стран-лидеров в каждом из них. Это позволяет анализировать место Украины в туристических потоках этих регионов. Особое внимание уделено потокам туристов в пределах самой страны и произведен анализ наиболее привлекательных территорий для иностранных туристов в разрезе областных регионов. Целью исследования является современное видение проблемы туристических потоков в пределах Украины, – одной из стран Центрально-Восточноевропейского туристического субрегиона (по методологии UNWTO). В ходе исследования определено как география происхождения туристов влияет на эти процессы в конкретной стране (на примере Украины). Благодаря таким исследованиям есть возможность оценить изменения экономической, социальной и политической системы, а также культуру в стране в целом и ее регионах, влияние на население всем мире, влияя также на людей.

**Ключевые слова:** международные туристические потоки, туристические регионы, мотивация путешествий, глобализационные процессы, статистика международного туризма.

**A. V. Kuzyshyn<sup>1</sup>,  
T. O. Cheresnyuk<sup>1</sup>,  
I. V. Poplavska<sup>1</sup>,  
S. Ya. Dobrovolska<sup>2</sup>,**

<sup>1</sup>Department of Geography of Ukraine and Tourism,  
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University,  
2, M. Kryvonosa str., Ternopil, 46027, Ukraine  
kuzyshyn\_a@tnpu.edu.ua

<sup>2</sup>Department of Economics and Tourism  
Vyacheslav Chornovil Galickyj College,  
15, B. Khmelnytsky St, Ternopil, 46002, Ukraine  
dobrovolskas32@gmail.com

## **GEOGRAPHICAL ASPECTS OF FOREIGN TOURIST FLOWS FORMATION IN UKRAINE: STATE AND FORMATION PROBLEMS**

### ***Abstract***

This study is devoted to the analysis of international tourism flows directed into Ukraine.

***Problem Statement and Purpose.*** Diagnostics of tourism flows according to regions of the world was carried out and the tendency of the increasing role of tourism both locally and internationally was noticed. The attractiveness of Ukraine for the tourism regions of the world was analyzed in detail by assessing tourist arrivals through the prism of the leading countries selection in each of them. This allows us to analyse the place of Ukraine in the tourism flows of these territories.

Special attention is paid to the flow of tourists within the country and the analysis of the most attractive areas for foreign tourists in terms of regional territories. The aim of the study is a modernized vision of the problem of tourism flows within one of the countries of the Central and Eastern European tourism subregion (according to the UNWTO methodology). The study identified how the geography of tourist origin affects these processes in a particular country (on the example of Ukraine). Due to such research, it is possible to assess changes in the economic, social and political systems, as well as the culture of the country in general and its regions in particular. In addition, it is possible to assess the impact on the population around the world.

***Data & Methods.*** The study of international tourism flows is based on the recommendations of the UNWTO, as well as modern scientific research of national and foreign European researchers. The following research methods were used in the research process: analytical, descriptive, comparative, statistical.

***Results.*** The results of the previous empirical study confirmed that different social groups have their own specific patterns of tourism activity. It also showed what groups responded the most to globalization and the possible consequences it may have for tourism activities. The growing mobility of the population and the consequences of the outbound tourism development are some of the main consequences of globalization. The study showed that the geography of interest in Ukraine by foreign tourists is expanding. To some extent, this can be justified by the war, which significantly reoriented the composition and direction of international tourism flows in Ukraine.

**Keywords:** international tourism flows, tourism regions, motivation to travel, global imperatives, statistics of international tourism.