

# *І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ*

УДК 911.9 (477)

*Король Олександр Дмитрович,*  
кандидат географічних наук, доцент

Чернівецький національний університет імені  
Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна,  
e-mail: korol-konig@yandex.ua

## *ВИЇЗНІ ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ ТА ЗАРУБІЖНА ТУРИСТИЧНА АКТИВНІСТЬ*

*Мета* – дослідити зарубіжні (виїзні) туристичні потоки, зокрема з'ясувати, чи залежать вони від чисельності населення тієї чи іншої країни, а також оцінити міру залучення резидентів та їхніх споживчих витрат до зарубіжного туризму.

*Методика дослідження* побудована на використанні статистичної бази та методології Всесвітнього банку і Всесвітньої туристичної організації, також застосовувалися методи математичної статистики, у т.ч. кореляційний аналіз.

*Результати дослідження* не виявили залежності обсягів зарубіжного туризму від кількості мешканців у тій чи іншій країні. Тому був запропонований індекс зарубіжної туристичної активності (ЗТА), як мірило залучення населення країни та їх споживчих витрат до зарубіжного туризму, адже схильність людей до подорожей за кордон може помітно впливати на кількість вибуттів. В результаті ранжування 80-ти країн світу за індексом ЗТА, були виявлені чинники, які зумовлюють підвищену зарубіжну туристичну активність населення тієї чи іншої країни. Зокрема, було встановлено, що зарубіжна туристична активність населення визначається, насамперед, економічним чинником, а саме – величиною питомих споживчих витрат домогосподарств. Окрім того, помітним є вплив географічних чинників. Так, найвищими індекси ЗТА були в карликових країнах, у яких звичне середовище резидентів охоплювало всю їхню територію. Неабиякий вплив на зарубіжну туристичну активність чинить клімат, адже він є основною умовою для найпопулярнішої рекреації – купально-пляжної. Зокрема, в країнах, де відмічається мала кількість сонячної радіації, а морські акваторії не прогріваються до комфортних температур, спостерігається підвищена зарубіжна туристична активність.

*Наукова новизна* полягає у запровадженні індексу зарубіжної туристичної активності (ЗТА), як мірила залучення населення країни та їх споживчих витрат до зарубіжного туризму.

*Практична значимість отриманих результатів* полягає в можливості зіставлення зарубіжного туризму різних за масштабами країн для дослідження чинників формування виїзних туристичних потоків.

*Ключові слова:* міжнародний туризм; виїзні туристичні потоки, туристичні вибуття, витрати на зарубіжний туризм, зарубіжна туристична активність.

УДК 911.9 (477)

*Король Александр Дмитриевич,*  
кандидат географических наук, доцент

Черновицкий национальный университет  
имени Юрия Федьковича, Черновцы, Украина,  
e-mail: korol-konig@yandex.ua

## *ВЫЕЗДНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ И ЗАРУБЕЖНАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ*

*Цель* – исследовать зарубежные (выездные) туристические потоки, в частности выяснить, зависят ли они от численности населения той или иной страны, а также оценить меру вовлечения резидентов и их потребительских расходов в зарубежный туризм.

*Методика исследования* построена на использовании статистической базы и методологии Всемирного банка и Всемирной туристической организации, также применялись методы математической статистики, в т.ч. корреляционный анализ.

*Результаты исследования* не обнаружили зависимости объемов зарубежного туризма от количества жителей в той или иной стране. Поэтому был предложен индекс зарубежной туристической активности (ЗТА), как мера вовлечения населения страны и их потребительских расходов в зарубежный туризм, ведь склонность людей к путешествиям за границу может существенно влиять на количество отбытий. В результате ранжирования 80-ты стран мира по индексу ЗТА, были выявлены факторы, которые определяют повышенную зарубежную туристическую активность населения той или иной страны. В частности, было установлено, что зарубежная туристическая активность населения определяется, прежде всего, экономическим фактором, а именно – величиной удельных потребительских расходов домохозяйств. Кроме того, заметно влияние географических факторов. Так, самые высокие индексы ЗТА были в карликовых странах, в которых обычная среда резидентов охватывала всю их территорию. Существенно влияет на зарубежную туристическую активность климат, ведь он является основным условием для самой популярной рекреации – купально-пляжной. В частности, в странах, где отмечается малое количество солнечной радиации, а морские акватории не прогреваются до комфортных температур, наблюдается повышенная зарубежная туристическая активность.

*Научная новизна* состоит во внедрении индекса зарубежной туристической активности (ЗТА), как меры вовлечения населения страны и их потребительских расходов в зарубежный туризм.

*Практическая значимость* полученных результатов заключается в возможности сопоставления зарубежного туризма разных по масштабам стран для исследования факторов формирования выездных туристических потоков.

*Ключевые слова:* международный туризм; выездные туристические потоки, туристические отбытия, расхода на зарубежный туризм, зарубежная туристическая активность.

*UDC 911.9 (477)*

*Korol Oleksandr Dmytrovych,*  
Candidate of Geographical Sciences,  
Associate Professor

Chernivtsi Yuriy Fedkovych National  
University, Chernivtsi, Ukraine, e-mail:  
korol-konig@yandex.ua

## *INTERNATIONAL TOURIST FLOWS AND OUTBOUND TOURISM ACTIVITY*

*The aim* is to investigate outbound tourist flows, in particular, to find out whether they depend on the population of a particular country, and also to assess the measure of involving the country's population and their consumer expenditures in international tourism.

*The methodology of the study* is based on the use of the statistical base and methodology of the World Bank and the World Tourism Organization, methods of mathematical statistics were used also, incl. Correlation analysis.

*The results of the study* did not reveal the dependence of the volumes of outbound tourism on the number of a particular country's population. Therefore, the index of outbound tourist activity (OTA) was proposed as a measure of involvement the population of the country and their consumer expenditures to international tourism, because people's propensity to travel abroad can significantly affect the number of departures. As a result of the ranking of 80 countries in the world by the OTA index, factors, which determine the outbound tourist activity of the population of a country, were identified. In particular, it was found that the outbound tourist activity of the population is determined, first of all, by the economic factor as value of household consumption expenditures (per capita). In addition, there is a noticeable effect of geographical factors. Thus, the highest OTA indices were in dwarf countries, where the usual environment of residents covered their territory entirely. The climate influences the outbound tourist activity also, because it is the main condition for the most popular recreation – swimming and beach. In particular, in countries where there is a small amount of solar radiation and the marine waters do not warm up to comfortable temperatures, there is an increased outbound tourist activity.

*Scientific novelty* consists in the introduction of the index of outbound tourist activity (OTA), as a measure of involving the country's population and their consumer expenditures in outbound tourism.

*The practical significance* of the investigation's results is the possibility of comparing outbound tourism of different countries to study the factors of formation of outbound tourist flows.

*Key words:* international tourism; outbound tourist flows, tourist departures, expenditure on outbound tourism, outbound tourist activity.

*Актуальність дослідження.* За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) у світі на зламі тисячоліть фіксувалося близько 1 млрд. міжнародних туристів. Зважаючи на залучення такої великої кількості людей із багатьох країн, міжнародний туризм справляє значний вплив на різні сфери суспільних відносин. Водночас, деякі аспекти міжнародного туризму залишаються невисвітленими, зокрема те, як формуються зарубіжні (виїзні) туристичні потоки. Тому надзвичайно актуальними є такі дослідження зарубіжних туристичних потоків, як визначення міри залучення населення країни та їх споживчих витрат до зарубіжного туризму, а також чинників, що на це впливають.

*Метою роботи* є дослідження зарубіжних (виїзних) туристичних потоків, зокрема з'ясування того, чи залежать їхні обсяги від чисельності населення тієї чи іншої країни. Крім того, видається необхідним оцінити міру залучення резидентів та їхніх споживчих витрат до зарубіжного туризму, адже схильність людей до подорожей за кордон може помітно впливати на кількість вибуттів. Зрештою, варто виявити чинники, які можуть впливати на зарубіжну туристичну активність.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Серед робіт присвячених міжнародному туризму можна виділити праці А.Ю. Александрової (2002 р.) [1], О.О. Любіцевої (2003 р.) [4] тощо. У цих роботах охарактеризовані основні поняття міжнародного туризму, проаналізована географія туристського попиту за регіонами світу, відображені останні тенденції та процеси глобалізації в цій галузі. Проте, деякі аспекти міжнародного

туризму залишаються невисвітленими, зокрема те, як формуються зарубіжні туристичні потоки, які чинники на це впливають.

*Виклад основних результатів дослідження.* У міжнародному туризмі, згідно стандартів UNWTO, зарубіжні (виїзні) туристичні потоки оцінюються у натуральних і вартісних показниках. До перших належать вибуття (departures), які фіксуються тоді, коли резидент тієї чи іншої країни залишає її межі задля поїздки за кордон. При цьому, ця поїздка має тривати не довше одного року, а подорожуюча особа не повинна займатися діяльністю, що оплачується з джерел у місцях призначення [3].

Вартісні показники охоплюють туристські видатки (expenditures) – споживчі витрати в грошовому вираженні (US\$) резидентів даної країни на зарубіжний туризм за певний проміжок часу, зазвичай, за рік. Вони включають лише ті видатки, які пов'язані з транскордонним рухом грошових коштів. Основними статтями витрат зарубіжних туристів є: розміщення, харчування, транспорт і пальне, екскурсії, розваги, шопінг та ін. [3].

Оскільки зарубіжні туристи певної країни походять з її населення, очікується, що кількість вибуттів залежатиме, насамперед, від чисельності людей, які там мешкають. Щоби з'ясувати це, варто зіставити зазначені показники, що було зроблено для понад 80-ти країн світу. Задля підвищення репрезентативності вибірки та нівелювання впливу подій, що могли мати місце того чи іншого року, усі значення розраховувалися, як пересічні геометричні за 1999, 2004, 2008 рр., з якими й проводилися подальші обчислення. Даний період обґрунтовується тим, що впродовж цих років у світі спостерігалася більш-менш стала політична та економічна ситуація, яка встановилася після розпаду СРСР і проіснувала до початку світової фінансової кризи, після якої світ увійшов у часи «турбулентності».

Кореляційний аналіз не засвідчив зв'язку між ознаками, які досліджуються,  $r = 0,21$ . Як видно на графіку розподілу, найменша узгодженість між чисельністю населення і кількістю туристичних вибуттів спостерігалася в Індії та Китаї (див. рис. 1), а без цих двох випадків зв'язок уже характеризувався як середній,  $r = 0,54$ . Отже, тенденція, коли зі зростанням чисельності населення збільшується кількість вибуттів, виявилася доволі слабкою. Також очевидним є вплив чинників економічного характеру, що можна побачити на прикладі Німеччини та Великої Британії (див. рис. 1).

Така ситуація пояснюється тим, що туризм, зокрема міжнародний, задовольняє потреби людини, які знаходяться на верхніх щаблях піраміди Маслоу. Необов'язковість для людини туристського відпочинку та наявність рекреаційних альтернатив зумовлюють його залишкове місце в переліку статей витрат споживача. На подорожі, як правило, витрачається частка доходів населення, яка лишається після задоволення першочергових потреб: сплати комунальних послуг, купівлі продуктів харчування, одягу, взуття, культурно-побутових товарів тощо. Тому, чисельність населення

радше є демографічним базисом, який не визначає, а лише обмежує кількість зарубіжних туристів.

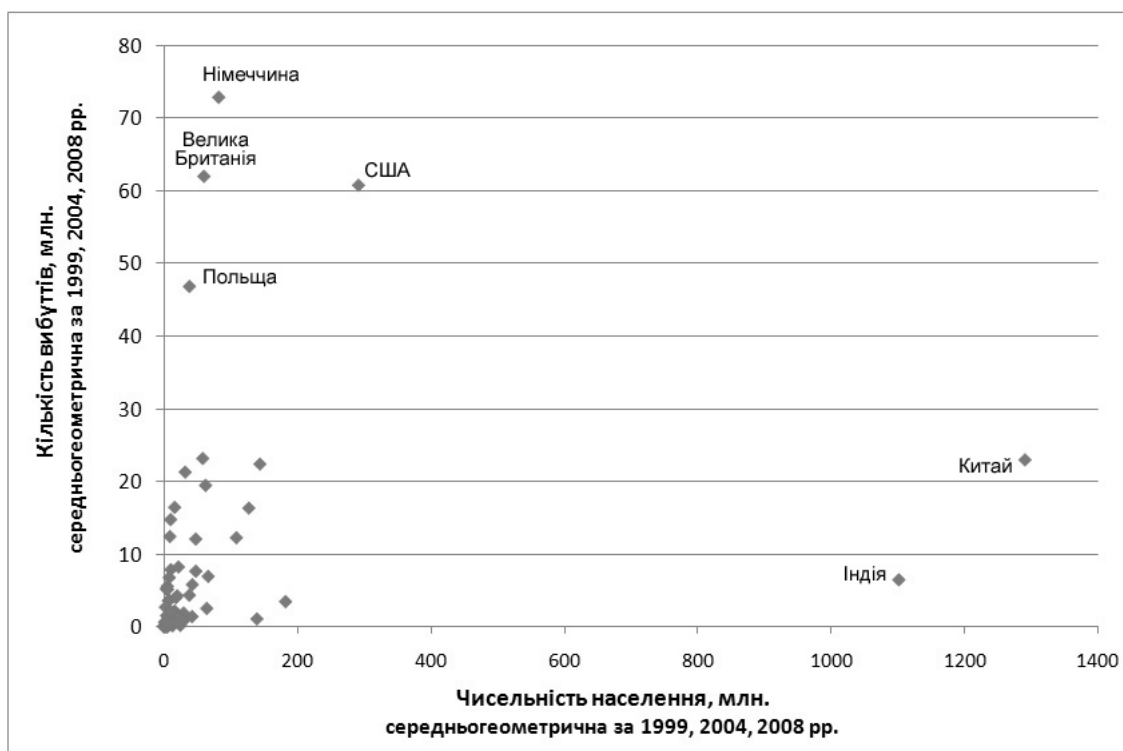


Рис. 1. Населення країн світу та зарубіжні туристичні вибуття [8]

Виходячи з цього, варто вести мову про міру залучення мешканців тієї чи іншої країни до подорожей за кордон, про що можна дізнатися зіставивши кількість зарубіжних туристів і чисельність населення. Тобто, питомі міжнародні туристичні вибуття на 100 осіб населення ( $Dep$ ), можуть бути тим показником, що відображає зарубіжну туристичну активність населення тієї чи іншої країни:

$$Dep = \frac{\text{кількість зарубіжних вибуттів}}{\text{чисельність населення}} * 100$$

Однак тут не враховані вартісні показники. Найінформативнішим в цьому контексті видається такий відносний показник, як відсоткова частка витрат на зарубіжний туризм у споживчих витратах домогосподарств ( $Exp$ ):

$$Exp = \frac{\text{витрати на зарубіжний туризм}}{\text{споживчі витрати домогосподарств}} * 100$$

Цей показник дозволяє абстрагуватися від розміру грошових витрат і відображає те, наскільки потреба подорожувати за кордон є вагомою для людини.

Отже, на основі цих двох показників можна отримати один інтегральний, який відобразатиме зарубіжну туристичну активність ( $ZTA$ ) населення тієї чи іншої країни. Для їх агрегування застосовувалася методика багатовимірного ранжування, що ґрунтується на теорії «адитивної цінності», згідно з якою цінність цілого еквівалентна сумі

цінностей його складових. Оскільки ознаки мають різні одиниці вимірювання, адитивне агрегування потребує приведення їх до однієї основи, тобто попередньої *стандартизації* [2]. Тому для кожного з двох статистичних рядів вибірки, яка складалася з понад 80-ти країн світу, були розраховані середні геометричні величини, а окремі значення  $Dep_i$  і  $Exp_i$  перераховувалися для кожної країни, як їх відношення до відповідної пересічної геометричної ( $x_i/\bar{x}$ ).

Для агрегування стандартизованих величин було обране середнє геометричне значення, яке для двох чисел також називається середнім пропорційним. Отже, для розрахунку Індексу зарубіжної туристичної активності (ЗТА) запропонована така формула:

$$ЗТА = \sqrt{\left(\frac{Dep}{\overline{Dep}}\right) * \left(\frac{Exp}{\overline{Exp}}\right)}$$

У подальшому дослідженні для понад 80-ти країн вибірки за 1999, 2004, 2008 рр. був розрахований індекс зарубіжної туристичної активності. Як результат, за ці три роки були обчислені пересічні геометричні значення індексу ЗТА, за якими країни були ранжовані та розподілені за інтервалами, наведеними у таблиці 1.

Табл. 1  
*Крок інтервалів Індексу зарубіжної туристичної активності*

Зарубіжна туристична активність (ЗТА)						
дуже низька	низька	помірно низька	помірна	помірно висока	висока	дуже висока
0–0,29	0,30–0,59	0,60–0,89	0,90–1,09	1,10–2,00	2,01–3,00	3,00<

Оскільки індекс ЗТА як стандартизована величина обраховується в пересічних геометричних одиницях, за початок відліку був обраний серединний (помірний) інтервал зі значеннями близькими до одиниці. З обох боків від нього виділялися ще по три інтервали з приблизно однаковими кроками. Отже, країни вибірки були ранжовані за середнім геометричним за 1999, 2004, 2008 рр. індексом ЗТА та розподілені за вищевказаними інтервалами. Окрім того, щоби показати вплив економічного чинника на зарубіжну туристичну активність, враховувалися пересічні геометричні за три роки дослідження питомі (*per capita*) споживчі витрати домогосподарств у цінах 1996 р. (див. табл. 2).

Очевидним є вплив економічного чинника на зарубіжну туристичну активність населення тієї чи іншої країни. Пересічна геометрична для вибірки за 1999, 2004, 2008 рр. величина питомих (*per capita*) споживчих витрат домогосподарств становила 3 тис. US\$ у цінах 1996 р. 3-поміж 27 країн вибірки з низькою та дуже низькою зарубіжною туристичною

активністю лише у Мексики, Туреччини та Японії питомі споживчі витрати були більшими за пересічні.

Табл. 2

*Розподіл країн по інтервалах за показником індексу ЗТА і питомими споживчими витратами домогосподарств, середніми за 1999, 2004, 2008 рр.*

№	Індекс ЗТА	Споживчі витрати (per capita), тис. US\$ у цінах 1996 р.					
		менше 3	3–6	6–10	10–15	15–20	більше 20
1	3,00<		Латвія, Угорщина, Естонія	Сінгапур, Кувейт, Кіпр, Словенія	Гонконг, Бельгія, Нідерланди	Ісландія, Швеція, Ірландія	Швейцарія
2	2,01–3,00	Болгарія	Сейшели, Макао, Польща, Литва, Чехія	Мальта, Ізраїль		Данія, Австрія, Велика Британія, Німеччина, Фінляндія	Норвегія
3	1,10–2,00	Йорданія, Україна, Маврикій, Сирія, Росія	Саудівська Аравія		Канада, Нова Зеландія, Італія	Франція, Австралія	
4	0,90–1,09	Грузія, Азербайджан, Фіджі, Нікарагуа, Румунія		Корея			
5	0,60–0,89	Туніс, Казахстан, Коста-Ріка, ПАР, Панама, Киргизія	Уругвай, Аргентина, Чилі		Греція, Іспанія		США
6	0,30–0,59	Таїланд, Марокко, Гондурас, Білорусь, Єгипет, Болівія, Гватемала, Еквадор, Шрі-Ланка, Молдова, Парагвай, Венесуела, Домініканська республіка, Перу, Колумбія	Мексика, Туреччина			Японія	
7	0–0,29	Непал, Індонезія, Китай, Алжир, Бразилія, Камбоджа, Сьєра-Ліоне, Бангладеш, Індія					



Натомість, із 28 країн із високою і дуже високою величиною індексу ЗТА лише у однієї Болгарії витрати домогосподарств на одну особу були меншими за 3 тис. US\$ (див. табл. 2).

Це доводить, що економічний чинник відіграє провідну роль у формуванні зарубіжних туристичних потоків – «бідність» пригнічує виїзний туризм.

Підвищену зарубіжну туристичну активність мали мікродержави, дрібні «країни-квартиродавачі», великі країни та «привілейовані дрібні нації» Західної Європи, а також країни-новачки ЄС. Однак серед європейських країн опинилися лише ті, які не мали виходу до Середземного моря. Неохоче подорожували за кордон, як уже зазначалося, в державах зі споживчими витратами меншими за 3 тис. US\$ на особу (у цінах 1996 р.), а також у середземноморських країнах Європи, США, Японії, Австралії та ін. (див. табл. 2). Із врахуванням валової кількості вибуттів (див. рис. 1), виділяються два лідери зарубіжного туризму: Німеччина та Велика Британія (див. табл. 3).

Табл. 3

*Основні демографічні, економічні та туристичні показники країн-лідерів зарубіжного туризму, 2008 р.*

Країни	Населення, тис.	Туристичні вибуття, тис.	Витрати, млрд. US\$	
			Споживчі	Туристичні
Німеччина	82 110	73 000	2 070,12	106,03
Велика Британія	61 393	69 011	1 706,04	83,58

На ці дві країни в 2008 р. припадало 18,3% видатків на зарубіжний туризм і 14,8% міжнародних туристичних вибуттів у світі. За рік на 100 резидентів Німеччини приходилося 89 туристичних вибуттів, у Великій Британії кількість подорожуючих за кордон перевищувала її населення – відповідний питомий показник становив 112. Частка видатків на зарубіжний туризм у споживчих витратах домогосподарств в обох країнах була майже однаковою – близько 5%.

Німеччина та Велика Британія дуже схожі щодо формування туристичного попиту. Країни близькі за показниками соціально-економічного розвитку: обидві входять до п'ятірки найрозвинутіших країн світу, мають рівень урбанізації 82% (Німеччина) і 90% (Велика Британія). Якщо вести мову про географічні умови, то вони також подібні, адже помірний клімат та холодні морські води не сприяють відпочинку всередині цих країн, насамперед купально-пляжній рекреації. Водночас, обидві країни належать до європейського туристичного регіону, на який припадає більше половини світових міжнародних туристичних потоків. Тож, за таких умов Німеччина та Велика Британія очікувано опинилися серед лідерів зарубіжного туризму.



Якщо порівнювати структуру туристичних вибуттів із Німеччини та Великої Британії, то в обох випадках перші сходинки посіла Іспанія (див. табл. 4).

Табл. 4

Структура туристичних вибуттів, 2008 р. [6, 7]

№	Велика Британія, %		Німеччина, %	
1	Іспанія	20,7	Іспанія	11,2
2	Франція	13,9	Австрія	11,0
3	США	6,1	Італія	10,0
4	Ірландія	5,5	Франція	9,6
5	Італія	5,0	Туреччина	4,7

Південний напрямок, взагалі, був найпопулярнішим у туристів із цих двох країн – на нього припадало близько половини усіх подорожуючих за кордон. Решта країн, до яких вирушали німці та британці, вже посідали різні сходинки у структурі туристичних вибуттів. Тут спрацював, насамперед, чинник географічної та ментальної близькості. Так, до Італії, яка значно ближча до німецького кордону, виїжджало 10% німців, що вдвічі більше за частку британців, що подорожують у цьому напрямку. Мовна спорідненість та положення сусіда забезпечили друге місце Австрії (11%) у структурі туристичних вибуттів із Німеччини. США через ментальну близькість, не дивлячись на значну просторову віддаленість, посіли чільне третє місце у структурі британського зарубіжного туризму – 6,1% (див. табл. 4).

*Висновок.* Зарубіжна туристична активність населення тієї чи іншої країни визначається, насамперед, економічним чинником, зокрема величиною питомих споживчих витрат домогосподарств. Окрім того, помітним є вплив географічних чинників. Так, найвищими індекси ЗТА були в карликових країнах, у яких звичне середовище резидентів охоплювало всю їхню територію. Як наслідок, будь-яка туристична поїздка виходила за межі цієї країни, тому до зарубіжних поїздок додавалися ще ті, які в більших країнах були б внутрішніми. Неабиякий вплив на зарубіжну туристичну активність чинить клімат, адже він є основною умовою для найпопулярнішої рекреації – купально-пляжної. Зокрема, в країнах, де відмічається мала кількість сонячної радіації, а морські акваторії не прогріваються до комфортних температур, спостерігається підвищена зарубіжна туристична активність. А зарубіжні туристи із таких країн полюбляють подорожувати до сонячних дестинацій, де можна відпочити за формулою «SSS» (море-сонце-пісок).

*Список використаних джерел*

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 470с. Alexandrova A.Y. Mezhdunarodnyi turizm. – М.: Aspekt-Press, 2002. – 470S.
2. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування. – К.: КНЕУ, 2001. – 170 с.

- Erina A.M. Statistichne modelyuvannya ta prognozuvannya. – К.: KNEU, 2001. – 170 S.
3. Король О.Д., Скутар Т.Д. Міжнародний туризм: методика і матеріали статистичних досліджень. – Чернівці: Рута, 2008. – 64 с.
- Korol O.D., Skutar T.D. Mizhnarodnyj turizm: metodyka i materialy statystychnyx doslidzhen. – Chernivci: Ruta, 2008. – 64S.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436с.
- Lyubitseva O.O. Rynok turystychnyh posluh. – К.: Alterpres, 2003. – 436S.
5. Boniface B., Cooper C. Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism. – Elsevier Ltd. Fifth edition, 2009. – 644 p.
6. Tourism Flows Outbound - Germany. – Euromonitor International. 2012
7. Tourism Flows Outbound - UK. – Euromonitor International. 2012
8. <http://data.worldbank.org> – World Bank Open Data.
9. <http://www.unwto.org> – World Tourism Organization.

*References:*

1. Alexandrova A.Y. Mezhdunarodnyi turizm. – М.: Aspekt-Press, 2002. – 470S.
2. Erina A.M. Statistichne modelyuvannya ta prognozuvannya. – К.: KNEU, 2001. – 170 S.
3. Korol O.D., Skutar T.D. Mizhnarodnyj turizm: metodyka i materialy statystychnyx doslidzhen. – Chernivci: Ruta, 2008. – 64S.
4. Lyubitseva O.O. Rynok turystychnyh posluh. – К.: Alterpres, 2003. – 436S.
5. Boniface B., Cooper C. Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism. – Elsevier Ltd. Fifth edition, 2009. – 644 p.
6. Tourism Flows Outbound - Germany. – Euromonitor International. 2012
7. Tourism Flows Outbound - UK. – Euromonitor International. 2012
8. <http://data.worldbank.org> – World Bank Open Data.
9. <http://www.unwto.org> – World Tourism Organization.