

життя, забезпечення належної рекламної кампанії туристських об'єктів на міжнародному рівні.

1. Стратегія підвищення конкурентоспроможності міста Львова до 2015 року – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.city-adm.lviv.ua/adm/economy/strategija/strategija-do-2015-g->

2. Анхольт С. Создание бренда страны // Бренд-менеджмент. – 2007. – №1. – С.36–44. Львів як туристична Мекка – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine2012.gov.ua/comments/46527/>

УДК 338.48-44([477+430]-87)''2000/2010''

Брик С.Д.

ДИНАМІКА ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ ЗА ДАННИМИ 2000-2010 РР.

У статті проаналізовано та співставлено статистику туристичних потоків, зокрема іноземного туризму, в Україні та Німеччині за період 2000 – 2010 років. Також досліджено темпи приросту кількості туристів обох країн. Детально розглянуто питання в'їзного туризму в Україні за 2010 рік.

Ключові слова: міжнародний туризм, в'їзний туризм, виїзний туризм, туристичні прибуття.

В статье было проанализировано и сопоставлено статистику туристических потоков, а именно иностранного туризма, в Украине и Германии за период 2000 – 2010 годов. Также были исследованы темпы прироста количества туристов обеих стран. Детально рассмотрен вопрос въездного туризма в Украине за 2010 год.

Ключевые слова: международный туризм, въездной туризм, выездной туризм, туристические прибытия.

The statistics of tourists' flow (arrivals), and statistics of tourist's receipts and expenditures of the international tourism in the Ukraine and Germany in 2000–2010 are described in this article. Balance of the international tourism in the Ukraine is estimated.

Key words: international tourism, inbound tourism, outbound tourism, tourist arrivals.

Актуальність дослідження. За оцінками експертів Всесвітньої туристської організації (ВТО) міжнародний туризм був і залишається домінуючою і розквітаючою галуззю економіки у багатьох країнах. При цьому експерти ВТО особливо підкреслюють, що це відбувається, не дивлячись на наявну політичну нестабільність у світі і локальні військові конфлікти. Більше того, на початку ХХІ ст. міжнародний туризм за економічною ефективністю вийшов на перше місце в світі, значно випередивши лідерів світової торгівлі – автомобільну і нафтогазову сфери економіки. Зважаючи на великий вплив цієї галузі на світову економіку, надзвичайно актуальними є дослідження міжнародних туристичних прибуттів в Україні та їхнє порівняння з показниками інших країн Європи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пропоноване дослідження ґрунтується на теоретичній базі міжнародного туризму, що розроблена експертами ВТО та розглянута у працях А.Александрової [1], Г.Долматова [2], Є.Пузакової [4], О.Любіцевої [3]. Зокрема А.Александрова в своїй

праці «Международный туризм» дослідила методи статистичного обліку в туризмі. Є.Пузакова в своїх дослідженнях приділила увагу організації та виконанню операцій в міжнародному туризмі. Г.Долматов, в свою чергу, аналізував діяльність Всесвітньої туристичної організації, данні, якої ми використовували у даному вишукуванні. О.Любіцева виявляла різні ринки туристичних послуг та методику їх дослідження.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є оцінка статистичних показників туристських потоків в Україні та Німеччині та виявлення їхньої, ймовірної взаємопов'язаності. Для цього нами була використана методика розрахунку обсягів туристичної діяльності Державної служби туризму і курортів України та Держкомстату України.

Виклад основних результатів дослідження. Одне з перших визначень туриста належало Комітету експертів із питань статистики Ліги Націй (1937 р.). Воно отримало міжнародне визнання і в основному дійшло до наших днів із деякими пізнішими правками. Сьогодні у міжнародній практиці широко використовується визначення, яке було вироблене на Міжнародній конференції зі статистики подорожей і туризму (Оттава, 1991 р.) і схвалене Всесвітньою туристською організацією (ВТО) і Статистичною комісією ООН. Відповідно до нього, турист – це відвідувач, тобто «особа, яка подорожує і здійснює перебування в місцях, що знаходяться поза межами його звичного середовища, впродовж не більше 12 місяців із будь-якою метою, окрім заняття діяльністю, яка оплачується із джерел у місцях, які відвідуються» [1, с. 6].

Запропонована дефініція дозволила чіткіше окреслити ту частину осіб, що подорожують, яка виступає об'єктом статистичних досліджень у туризмі. Виходячи з цього у підсумкових документах Оттавської конференції і технічних посібниках ВТО турист визначається як відвідувач. Саме це поняття, яке уже наголошувалося вище, рекомендується використовувати як основне в статистиці туризму. Воно поширюється разом із туристами і на одноденних відвідувачів. Очевидно, через це в Оттавському визначенні відсутня мінімальна тривалість перебування поза межами звичного середовища (24 години), яка присутня у багатьох національних туристських законодавствах. Головним є розподіл туризму на внутрішній і міжнародний (international tourism). Останній передбачає поїздки, що здійснюються за межі країни. Він охоплює відвідувачів, які не є резидентами країни призначення (country of destination).

Міжнародний туризм поділяється на дві форми – іноземний (inbound) і зарубіжний (outbound), які різняться за напрямками туристського потоку. Той самий турист може бути класифікований одночасно як іноземний і зарубіжний залежно від країни, стосовно якої описується його поїздка. Тому виділяють країну походження, де він є зарубіжним туристом і країну призначення, де він виступає іноземним туристом.

Статистика міжнародного туризму складається з двох основних розділів: статистика туристських потоків і статистика туристських доходів

і витрат. Для кожного з них ВТО розробила перелік основних інформативних показників, що відносно легко вимірюються. Найважливішим показником туристських потоків є кількість прибуттів (arrivals). Під кількістю прибуттів розуміється число зареєстрованих відвідувачів тієї чи іншої країни, які не є її резидентами, впродовж певного часу, зазвичай за рік. Усіх їх можна поділити на одноденних відвідувачів і туристів (відвідувачів, що перебувають у країні призначення понад одну ніч).

Всі показники вимірювання прибуттів у міжнародному туризмі поділяються на чотири категорії [8]: TF – прибуття міжнародних туристів, що обліковуються на кордоні (за винятком одноденних відвідувачів); VF – прибуття міжнародних відвідувачів, що обліковуються на кордоні (враховуючи туристів та одноденних відвідувачів); TCE – прибуття міжнародних туристів, що обліковуються в колективних туристичних закладах; THS – прибуття міжнародних туристів, що обліковуються в готелях і аналогічних закладах.

При вимірюванні прибуттів у міжнародному туризмі надається перевага облікові на кордоні, однак не всі країни можуть збирати такі дані. Натомість означеного показника можуть використовуватися інші. Зокрема, до таких відносять статистичну звітність суб'єктів туристичної індустрії за формою 1-ТУР. Оскільки турист може за рік здійснити декілька подорожей або протягом однієї поїздки відвідати декілька країн, тому фактичне число туристів менше за кількість прибуттів.

За даними ВТО, середньорічна кількість туристичних прибуттів до Німеччини за 2000-2010 рр. становила 21,711 млн. осіб (див. табл. 1.1), що в 1,32 рази вище за аналогічний показник для України (16,484 млн. осіб). Однак, на цьому тлі виокремлюється 2007 р., коли різниця між відвідувачами України та Німеччини була не такою значною та 2008 р., коли кількість іноземних туристів України перевищувала аналогічний показник для Німеччини.

Таблиця 1. Міжнародні туристичні прибуття (млн. осіб) [6,7]

Роки	TF	
	Україна	Німеччина
2000	6,430	18,992
2001	9,174	17,860
2002	10,516	17,968
2003	12,513	18,392
2004	15,629	20,134
2005	17,630	21,499
2006	18,935	23,571
2007	23,122	24,420
2008	25,449	24,886
2009	20,798	24,223
2010	21,122	26,875

Протягом 2000 рр. міжнародні туристичні прибуття до України зросли майже у 4 рази – від 6,430 млн. у 2000 р. до 25,449 млн. у 2008 р. Найбільший річний приріст зафіксований у 2001 р. (+42,7% до попереднього року), а протягом 2002-2010 рр. він коливався від -18,3% у 2009 р. до +24,9% у 2004 р. (див. табл. 1.2).

Міжнародні туристичні потоки до Німеччини впродовж періоду, що досліджується, неухильно зростали, за винятком 2001 та 2008 рр., коли мали місце невеликі спади активності іноземних туристів.

Таблиця 2. Річні прирости міжнародних туристичних прибуттів, %

TF	Роки									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Україна	42,7	14,6	19,0	24,9	12,8	7,4	22,1	10,1	-18,3	1,6
Німеччина	-6	0,6	2,4	9,5	6,8	9,6	3,6	1,9	-2,7	11

Загалом відзначимо, що темпи приросту іноземного туризму Німеччини на відтинку 2000-2008 рр. значно скромніші, ніж в Україні. Однак показник іноземного туризму Німеччини за цей час завжди перевищував аналогічний показник України. Виняток складає 2008 р., коли кількість прибуттів до України перевищила кількість прибуттів до Німеччини. (див. рис. 1.1)

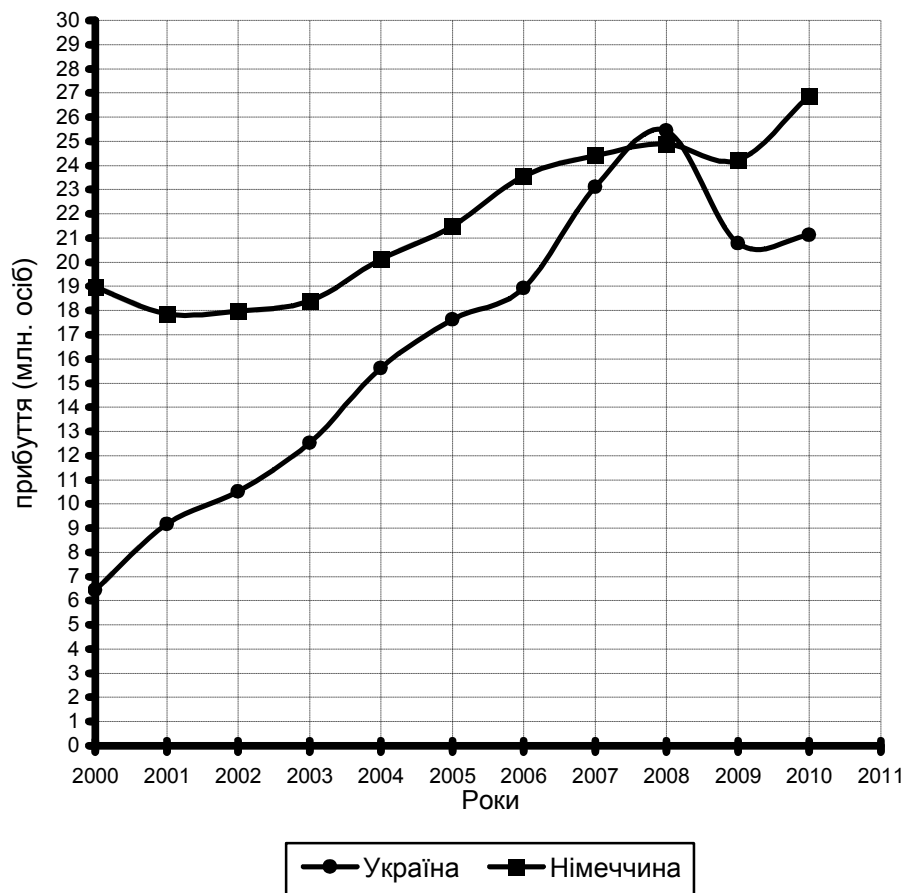


Рис. 1. Динаміка іноземного туризму України та Німеччини (2000-2010 рр.)

За структурою міжнародних туристичних прибуттів Україна та Німеччина доволі відрізняються. Скажімо, Німеччина посідає перше місце у світі за туристськими витратами – 10% від загальносвітових витрат. Також Німеччина, разом зі старими членами Євросоюзу (15 EU), витрачає на туризм значно більше грошей, аніж пересічно у світі. Наприклад, німецькі туристи тратять на зарубіжні поїздки 822 \$ на особу, що у 7 разів більше, ніж росіяни.

У 2010 р. більшість туристів до Німеччини приїздило з Нідерландів – 25%, США – 10%, Швейцарії – 10%, Великобританії – 10%, Італії – 7,5%, Австрії – 6%, Бельгії – 6%, Франції – 6%, Данії – 5%, Іспанії – 4%, Росії – 3%, Польщі – 2%. (див. табл. 1.3). Решта 5,5% припадає на решту країн, серед яких і Україна. З нашої країни, Німеччину відвідує менше 1% від загальної кількості іноземних туристів.

Оскільки Україна має значний сухопутний кордон та безвізовий режим із Росією, то остання є країною-постачальником туристів. Виходячи з цього, у 2005 р. відвідувачі з Росії посідали перше місце у структурі іноземних туристів нашої держави – на них припадало 34%. Переважна більшість російських туристів (80%) відвідували Україну з приватною метою. Друге місце посідали туристи з Польщі (20%). Важливо, що у 2004 р. за кількістю прибуттів до України Польща займала 4-те місце, поступаючись Росії, Молдові та Угорщині.

Впродовж 2010 р. Україну відвідали 21,1 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 2 % (майже на 381,2 тис. осіб) більше, ніж у 2009 році. Зростання обсягів в'їзного потоку за цей час відбулося за рахунок збільшення числа поїздок із приватною метою на 4 %. Найпомітніше підвищення числа туристів спостерігалось із країн: Росії (на 20 % або на 1,2 млн. осіб), Словаччини (на 14 % або на 70,1 тис. осіб), Угорщини (на 16 % або на 124,5 тис. осіб), Білорусі (на 3 % або на 95,3 тис. осіб), Німеччини (на 7 % або на 8 тис. осіб).[9]

Таблиця 3. Іноземні туристи Німеччини, за країною походження (млн. осіб) [6]

Країна	2008	2009	2010
Нідерланди	9,690	9,962	10,483
США	4,444	4,291	4,769
Швейцарія	3,682	3,856	4,186
Великобританія	4,221	3,699	4,181
Італія	3,072	3,102	3,296
Австрія	2,483	2,574	2,839
Бельгія	2,473	2,541	2,639
Франція	2,431	2,509	2,736
Данія	2,296	2,361	2,528
Іспанія	1,843	1,751	1,930
Швеція	1,494	1,360	1,515
Росія	1,308	1,199	1,486
Польща	1,347	1,193	1,381

Разом з тим, поїздки з організованого туризму до України (на 2010 р.) зменшилися на 17 %. Причому, найзначніше падіння турпотоків, за відносною величиною, мало місце із: Росії (на 34 % або на 193,3 тис. ос.), Білорусі (на 23 % або на 39,6 тис. ос.), Канади (на 18 % або на 2 тис. ос.), Польщі (на 11 % або на 19 тис. ос.), США (на 5 % або на 2,6 тис. ос.).

Важливою причиною поїздок до нашої країни є відвідування її зі службовою метою, які, нажалі, зменшилися на 10 %. (на 2010 р.) (див. табл. 1.4). Найвагомійший спад спостерігався за турпотоками із: Росії (на 38 % або на 110,6 тис. ос.), Латвії (на 10 % або на 0,7 тис. ос.), Польщі (на 2 % або на 3 тис. ос.).[9]

Таблиця 4. Структура в'їзного турпотoku до України за мотивацією [9]

Службова поїздка	0,7 млн. осіб	4 % потоку	Зменшення на 10 % (84,5 тис. осіб)
Організований тур-м	1,2 млн. осіб	6 % потоку	Зменшення на 17 % (234,7 тис. осіб)
Приватний туризм	19,2 млн. осіб	90 % потоку	Збільшення на 4 % (700,4 тис. осіб)

Наголосимо також, що у структурі в'їзного турпотoku до України відбулися зміни, що полягають у зменшенні частки організованого туризму від 7% за 2009 р. до 6 % за 2010 р., збільшенні частки приватного туризму з 89% за 2009 р. до 90 % за 2010 р. та у незмінності частки службових поїздок (залишилась на рівні 4 % у 2009 - 2010 рр.) [9]

Таблиця 5. Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму в Україні за 2010 р. [9]

№	Назва країни	Відвідало, 2010 р.		2010/2009
		осіб	Частка, %	
1	Росія	7 881 321	37	+ 13 %
2	Молдова	4 057 678	19	- 6 %
3	Білорусь	3 056 157	14	+ 2 %
4	Польща	2 085 245	10	- 18 %
5	Угорщина	941 240	5	+ 16 %
6	Румунія	909 553	4	- 15 %
8	Словаччина	609 279	3	+ 13 %
7	Німеччина	225 356	1	+ 6 %
9	США	122 955	0,6	+ 2 %
10	Узбекистан	104 719	0,4	+ 9 %
11	Інші країни	1 128 654	6	-
12	Разом 10 країн	19 993 503	94	-
13	Всього, за 2010 р.	21 122 157	100	2 %

Звернемо увагу на те, що мало місце, впродовж 2009-10 рр., зменшення в'їзного турпотoku з країн ЄС до України, яке зафіксоване на рівні 7%. Притому, воно відбулося, загалом, за рахунок зменшення кількості подорожуючих із Польщі (на 18 % або на 457 тис. ос.), Румунії

(на 15 % або на 166,8 тис. ос.), Данії (на 6 % або на 0,7 тис. ос.), Великобританії (на 4 % або на 2,5 тис. ос.). Разом з тим, в'їзний турпотік із країн СНД зріс, загалом, завдяки збільшенню кількості подорожуючих із Росії (на 13 % або на 927,4 тис. ос.), Узбекистану (на 9 % або на 9,1 тис. ос.), Білорусі (на 2 % або на 72,6 тис. ос.). (див. табл. 1.5).

Висновок. Іноземний туризм в Україні та Німеччині впродовж майже 10 років мав позитивні прирости за всіма показниками, що досліджувалися. В Україні на початку 2000 р. іноземний туризм розвивався швидкими темпами, а у 2008 році його значення перевищило аналогічний показник одного з туристичних лідерів Європи - Німеччини. (25,449 млн. ос.). Важливо, що обсяги відвідування німцями України та українцями Німеччини коливалися в межах 1%.

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 470с.
2. Долматов Г.М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 320с.
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436с.
4. Пузакова Е. П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес, Москва, 1997 г.
5. Фишер С., Дорнбуш Р, Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 864с.
6. www.destatis.de – сайт Федерального статистичного офісу Німеччини.
7. www.ukrstat.gov.ua – сайт Державного комітету статистики України.
8. www.unwto.org – сайт Всесвітньої туристської організації.
9. www.tourism.gov.ua – сайт Державної служби туризму і курортів України.

УДК [913:332.135] (477)

Павленко Т.М.

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Оцінено історико-культурні рекреаційні ресурси Полтавської області з використанням показника густоти об'єктів на одиницю площі. Розглянуто важливість і особливості подієвих і біосоціальних ресурсів, унікального культурного середовища. Ключові слова: туризм, рекреація, рекреаційні ресурси, оцінка, подієві ресурси, біосоціальні ресурси, Полтавська область.

Оценены историко-культурные рекреационные ресурсы Полтавской области с использованием показателя густоты объектов на единицу площади. Рассмотрена важность и особенность событийных и биосоциальных ресурсов, уникальной культурной среды. Ключевые слова: туризм, рекреация, рекреационные ресурсы, оценка, событийные ресурсы, биосоциальные ресурсы, Полтавская область.

Historical and cultural recreational resources are estimated. The estimation is based on the index of density (number of objects per unit of area). The importance of special events as resources is determined. Biosocial recreational resources and special cultural atmosphere of Poltava region are examined. Key words: tourism, recreation, recreational resources, estimation, events, biosocial resources, Poltava region.

Постановка проблеми. В умовах економічної кризи особливої актуальності набуває пошук нових шляхів соціально-економічного розвитку. Особливо гостро соціально-економічні проблеми постають на