



DOI 10.37491/UNZ.81.5
УДК 338.48 (477)



Алла ОХРИМЕНКО¹,
Наталія ОПАНАСЮК²

ТЕОРЕТИКО-ПРАКСЕОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ОБСЯГІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

Досліджуються особливості статистичних обрахунків обсягів внутрішнього туризму, оскільки сьогодні дана проблематика значно актуалізується через підвищення зацікавленості українських громадян до відпочинку на місцевих курортах і туристичних дестинаціях. Основною метою є концептуалізація напрацювань у сфері аналізу та подання статистичної інформації в туризмі та визначення основних статистичних трендів з обчислення обсягу внутрішніх туристів відповідно до міжнародних статистичних рекомендацій і досліджень у туризмі, а також узагальнення інформаційно-аналітичних параметрів з різних офіційних джерел. Систематизація літературних джерел і підходів до вирішення означеної проблематики свідчить, що науковий дискурс досить побіжно торкався сфери ґрунтовних досліджень щодо особливостей і проблем статистичних обрахунків

¹ докторка економічних наук, доцентка,
доцентка кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет,
alla.okhrimenko@gmail.com,
<http://orcid.org/0000-0003-0405-3081>.

² кандидатка юридичних наук, доцентка,
доцентка кафедри туризму,
Національний університет фізичного виховання і спорту України (м. Київ),
перша віце-президентка, Туристична асоціація України (м. Київ),
tau_nataly@ukr.net,
<https://orcid.org/0000-0001-7418-8622>.



обсягів внутрішнього туризму. Актуальність дослідження зумовлена й тим, що нині відсутній детальний статистичний аналіз відповідно до міжнародних рекомендацій ЮНВТО щодо обсягів внутрішнього туризму та визначення його об'єктивного й реального впливу на економіку регіонів і України зокрема. Методологічне підґрунтя дослідження складають туризмознавчі та економічні теорії, інструментарій яких спроможний сформувати теоретико-методологічне підґрунтя для визначення обсягів внутрішнього туризму та об'єктивного й реального його впливу на економіку регіонів та держави в цілому. Об'єктом дослідження є процес проведення детального статистичного аналізу обсягів внутрішнього туризму в Україні. Відповідно до цього, подаються переваги внутрішнього туризму, що згруповані за певними напрямками (економічні, соціальні, правові, культурні, технологічні) та стосуються як окремих туристів, так і підприємств, що надають туристичні послуги, а також регіонів і держави загалом. А також специфічні риси активізації розвитку внутрішнього туризму в Україні: 1) самоорганізованість; 2) орієнтування на блогерів та їх відпочинкові уподобання; вплив соцмереж на формування попиту на внутрішні тури й екскурсії; 3) фрагментарність (тенденційність) розвитку; 4) використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; 5) активізація просування іміджу території, урбаністичного дизайну з використанням міжнародних аналогів місць-брендів (український Стоунхендж; українська Швейцарія, Ірландія, Італія, Венеція та інші); 6) поява національних проєктів «Мандруй Україною», «Visit Ukraine», «Туристичні магніти» та ін.; 7) удосконалення транспортної інфраструктури; 8) запровадження інноваційних послуг і підвищення сервісу обслуговування подорожуючих (зокрема, створення Укрзалізницею вагонів для велосипедистів); 9) ремонт автошляхів і створення потужної інфраструктури уздовж доріг міжобласного значення; 10) запровадження інноваційних форм організації та проведення екскурсій і пізнавальних турів (проведення індивідуальних екскурсій, інтерактивних, у т.ч. квест-екскурсій, костюмованих екскурсій і т.п.) та з використанням новітніх технологій (наприклад, 3-D екскурсії, із застосуванням QR-кодів і т.п.). Дослідження особливостей статистичних обрахунків обсягів внутрішнього туризму здійснено на основі статистичних даних щодо розміщення внутрішніх туристів у засобах тимчасового проживання та кількості внутрішніх туристів, які були обслуговані туроператорами України, що становить частку лише організованого туризму. Визначено, що кількість самоорганізованих внутрішніх туристів реально можливо розрахувати лише на підставі даних мобільних операторів, перевізників (Укрзалізниця, авіакомпаній та ін.) та інших суб'єктів, залучених до обслуговування подорожуючих (наприклад, АЗС, заклади харчування, заклади культури та розваг та ін.). Дослідження підтверджує й теоретично доводить, що розробка методології та проведення детального статистичного аналізу обсягів внутрішнього туризму є важливим аспектом у визначенні об'єктивного й реального його впливу на економіку регіонів та держави загалом.



Прагматичні результати цього дослідження мають сприяти інтенсифікації впровадження сучасних і збалансованих підходів з урахуванням міжнародних статистичних рекомендацій і досліджень, що проводяться в туризмі, до обрахування статистичних показників обсягу внутрішніх туристів.

Ключові слова: туризм, туристичний потік, внутрішній туризм, обсяги внутрішнього туризму, статистичний аналіз, заклади розміщення, готелі, туристична інфраструктура, інновації в туризмі, інновації в сфері гостинності.

В умовах пандемічної невизначеності щодо можливостей і перспектив розвитку туризму в Україні та світі, особливої актуальності набувають подорожі всередині країни. Проте, передбачається, що популярність внутрішнього туризму триватиме до кінця обмежень на закордонні подорожі та стабілізації ситуації з COVID-19. Саме тому актуалізується питання визначення обсягу внутрішніх туристів, адже безпосередньо ці потоки не враховані у статичних даних. Такі статистичні обрахунки дозволять визначити як позитивний вплив розвитку внутрішнього туризму на туристичну дестинацію і країну в цілому (зайнятість населення, збільшення відрахувань туристичного збору, розбудова туристичної інфраструктури, збільшення інвестиційних надходжень, формування і зміцнення іміджу території та пожвавлення економіки), так і негативний його вплив. Зокрема, пов'язаний з навантаженням на навколишнє природне середовище та погіршенням його стану, формуванням ризикоутворюючих факторів внаслідок концентрації великої кількості туристів у певній дестинації (ризик поширення інфекційних захворювань, збільшення соціальних небезпек і зниження рівня суспільної безпеки в туристичних центрах (дестинаціях) через зростання злочинності та інших правопорушень (наркотики, проституція, експлуатація неповнолітніх тощо). Отже, обрахування статистичних показників обсягу внутрішніх туристів потребує сучасних і збалансованих підходів з урахуванням міжнародних статистичних рекомендацій і досліджень, що проводяться в туризмі. Виходячи з актуальності та проблемності цих питань, дане дослідження є теоретично й практично значимим.

У аналітичному дослідженні Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC) акцентується, що «хоча країни часто схильні зосереджуватись на міжнародному туризмі за рахунок значних доходів, отриманих від експорту, все ж внутрішній туризм залишається провідною формою туризму, представляючи важливий інструмент регіонального економічного зростання та розвитку» [1, с. 1]. Внутрішній туризм є досить поширеним у країнах світу. Так, у дослідженні виконавчого директора Всесвітньої туристичної організації Ф. Піррета мова йде про те, що «внутрішній туризм з історичного погляду, насправді перша форма туризму, і в сучасній практиці на нього, як і раніше, припадає значна частина туристичної діяльності» [2].

Проте, зазвичай в наукових дослідженнях, внутрішній туризм, внутрішні туристичні потоки розглядаються, а також аналізуються їх обсяги



(згідно з державною статистичною звітністю, що подають щорічно туроператори) узагальнено та лише в комплексі з виїзним і в'їзним туризмом.

У малочисельних наукових працях вітчизняних авторів акцентується увага безпосередньо на проблемах розвитку внутрішнього туризму. Так, у роботі М. Дроботової [3] досліджено можливості застосування методології управління проектами в туризмі та на цій основі обґрунтовано стратегію розвитку внутрішнього туризму, а Н. Козубовою [4] представлено оцінку потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг як об'єкту державного регулювання.

Проте, важливим є визначення реальних обсягів внутрішніх туристичних потоків. Аналіз низки публікацій зарубіжних та українських дослідників щодо розвитку туризму свідчить про відсутність вагомих теоретичних і практичних положень у цьому напрямі. Тому, продовжуючи власні дослідження [5; 6; 7], акцентуємо увагу на проблематиці визначення обсягів внутрішнього туризму.

Основною метою дослідження є концептуалізація напрацювань у сфері аналізу та подання статистичної інформації в туризмі та визначення основних статистичних трендів з обчислення обсягу внутрішніх туристів відповідно до міжнародних статистичних рекомендацій і досліджень у туризмі, а також узагальнення інформаційно-аналітичних параметрів з різних офіційних джерел.

Методологічною основою цього дослідження є туризмознавчі та економічні теорії, інструментарій яких спроможний сформувати теоретико-методологічне підґрунтя для визначення обсягів внутрішнього туризму та об'єктивного й реального його впливу на економіку регіонів та держави в цілому.

Узагальненим розумінням сутності внутрішнього туризму є те, що це туризм у межах країни-проживання. А. Батія вказує, що у «внутрішньому туризмі люди подорожують за межами свого звичайного місця проживання до певних інших регіонів країни, на відміну від поїздок за межі країни, як у міжнародному туризмі» [1]. У Сателітному рахунку туризму, розробленому експертами Всесвітньої туристичної організації зазначається, що «внутрішній туризм включає в себе діяльність відвідувачів-резидентів у межах певної країни (як частина внутрішньої туристичної поїздки або частина виїзної (зарубіжної) туристичної поїздки)» [8, с. 15]. На основі аналізу існуючих в українській науковій літературі трактувань сутності внутрішнього туризму впливає, що більшість визначень містять певну спільну основу і не відрізняються кардинально іншими підходами. Так, до основних ознак, що характеризують сутність внутрішнього туризму, можна віднести:

— виїзд особи з місця постійного проживання до іншого регіону країни, що триває, як мінімум, одну добу і, зокрема, включає ночівлю;

— територія тимчасового виїзду особи з місця постійного проживання, надання та отримання послуг туризму в межах кордонів країни перебування;

— споживачами послуг внутрішнього туризму країни є виключно її громадяни;



— правові відносини між об'єктами й суб'єктами послуг внутрішнього туризму регулюються національним законодавством країни.

Отже, внутрішній туризм — це туризм у межах території країни осіб, які постійно проживають у ній. Проте досить важливим аспектом при виявленні сутності внутрішнього туризму є те, що підприємствами, що надають послуги з внутрішнього туризму, є виключно підприємства-резиденти. Досить часто до внутрішнього туризму можуть бути залучені й іноземні компанії, які зареєстровані відповідно до законодавства країни провадження такої діяльності: міжнародні туристичні оператори, зарубіжні авіа- та автомобільні компанії, засоби тимчасового розміщення (проживання), до яких насамперед варто віднести окремі готелі міжнародних готельних мереж, що підпорядковуються безпосередньо головним офісам, страхові компанії тощо. У цьому разі варто підкреслити наявність певної невідповідності між такими науковими категоріями, як «внутрішнє туристичне споживання» та «внутрішній туризм», оскільки внутрішній туризм є більш широким за змістом і за сутністю поняттям.

Переваги внутрішнього туризму можна згрупувати за певними напрямками (економічні, соціальні, правові, культурні, інфраструктурні), що стосуються як окремих туристів (на рівні попиту), так і підприємств, що надають туристичні послуги (на рівні пропозиції), а також регіонів і держави загалом (рис. 1).

Традиційними центрами активізації внутрішнього туризму в Україні до останнього часу були наступні популярні туристичні дестинації: Київ, Львів, Одеса, Кам'янець-Подільський і курорти, переважно сезонного функціонування Чорноморсько-Азовського та Карпатського регіонів. З 2014 року тренди розвитку внутрішнього туризму демонструють певне зміщення центрів залучення туристів та їх диференціацію до окремих міст і селищ з атрактивними природними та культурно-історичними ресурсами (Чернівці, Дніпро, Запоріжжя, Вилкове, Шабо, Бердянськ, Кирилівка, Рахів, Мукачево, Івано-Франківськ, Луцьк, Чернігів, Біла Церква, Бакота, Кременець, Острог, Дубно, Кривий Ріг, Чорнобильська зона, заповідники Асканія-Нова, Бірючий острів, Джарилгач), а також урізноманітнення видів і форм туризму (запровадження винно-гастрономічних шляхів, креативних туристичних маршрутів, фестивалів: туристичні маршрути «Золота підкова Львівщини», «Замки Тернопілля», винно-гастрономічні шляхи Одещини).

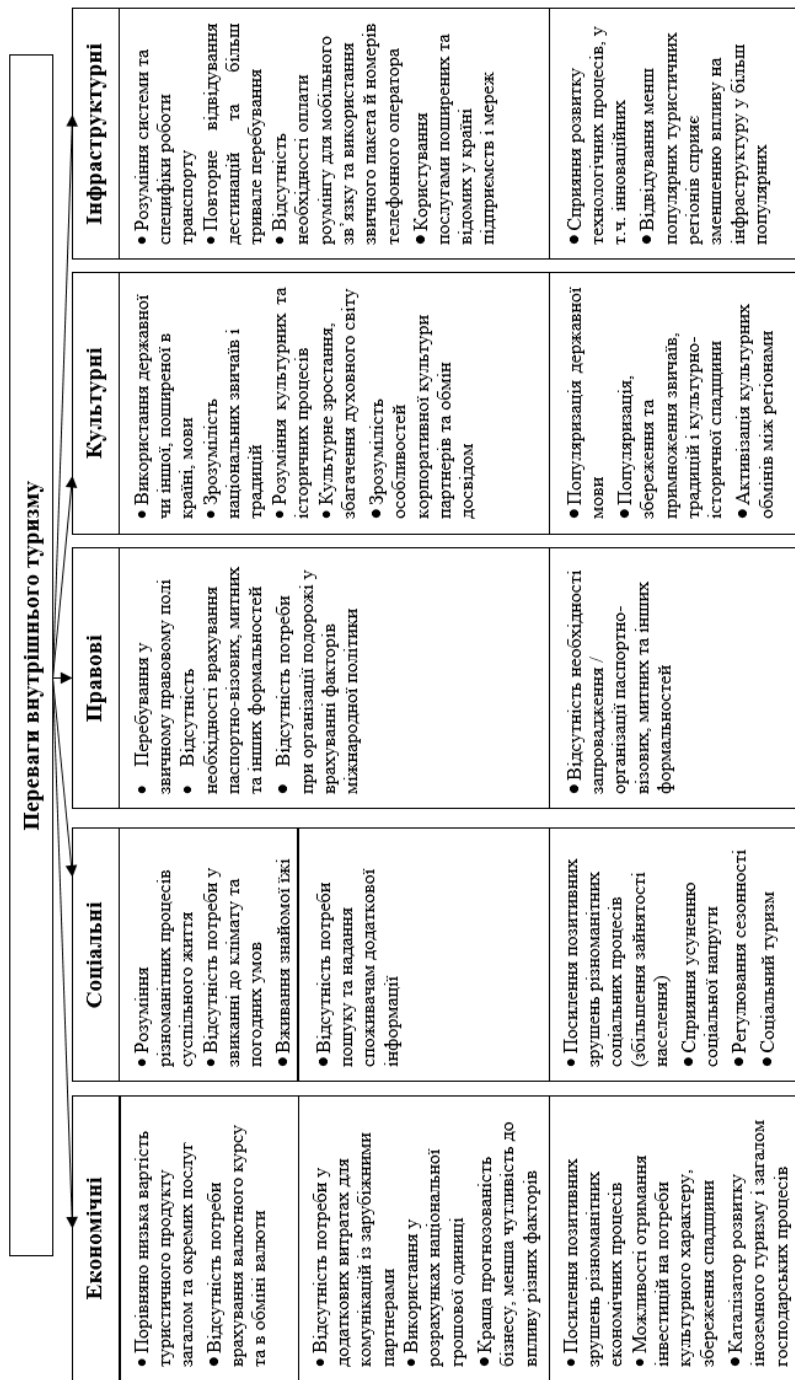


Рис. 1. Переваги внутрішнього туризму для різних контактних аудиторій

Примітка: розроблено авторами.



А з 2020 року не лише підсилюються й поглиблюються вже існуючі тенденції розвитку внутрішнього туризму, а й децю трансформувалися: досить популярними стали розміщення у замських готелях, поява так званих «соло-подорожей» (подорож наодинці), популярність мережевих футуристичних капсульних готелів (концепт яких передбачає застосування сучасних технологій у сфері гостинності: персональні шафки-локери, доступ до сервісу за відбитком пальців та ін.), а також розміщення у засобах тимчасового проживання, що гарантують дотримання необхідних медико-санітарних умов із наявністю безконтактних технологій та ін. Крім того, застосування інновацій у сфері гостинності нині змінило підходи й до вимог споживачів продукту внутрішнього туризму, адже кругозір туристів розширюється і поняття комфорту виходить на новий рівень. Щоб охопити всю аудиторію туристичної (екскурсійної) групи, зацікавити кожного туриста, було винайдено аудіогіди та мультигіди — системи, що спроможні охопити більшу аудиторію туристів. Подібні новації дозволяють включати в екскурсійну програму різноманітні аудіофайли: озвучені акторами записи театралізованих постановок з розповіддю про історичних персонажів, музику, звукові ефекти та ін. Останнім часом набувають все більшої популярності віртуальні екскурсії, оскільки вони необхідні для залучення споживачів з інклюзією, соціально незахищених, студентів і школярів тощо. Поширюються нові ігрові види екскурсій:

— «спайгеймс» (*spygames*) — гра, що складається з ланцюжка завдань, сутність яких полягає в тому, щоб відшукавши на місцевості ті чи інші пункти, в яких знаходиться залишений знак або предмет, і рухатися далі [9];

— «геокешинг» (*geocaching*) — гра-екскурсія, метою якої є пошук схованок за допомогою GPS-приймачів. З'явилася й нова технологія, що отримала назву «розширена реальність». Першою загальнодоступною системою для «розширеної реальності» була *WikiMe* — система, що поєднує реальний світ зі світом, генерованим комп'ютером. На крок попереду в розвитку цієї технології іде *Google*, який ввів нову послугу *Google Goggles*. Щоб дізнатися більше про об'єкт, досить виконати фотокамерою мобільного телефону його знімок та переслати на відповідні сервери *Google*. На підставі бази фотознімків *Google* та інформації *GIS*, що знаходиться в системі *Google Maps*, сервери ідентифікують об'єкт і перешлюють його опис на телефон користувача [9].

— квест-екскурсії, що нині користуються в Україні великою популярністю (наприклад, у м. Києві: «Слідами київських відьом і привидів», «Кримінальний Київ некримінальним поглядом», «Київські скарби», «Біла гвардія», «Північна Семіраміда або Катерина II в Києві»; у м. Львів: «Різноманіття життя на Землі», «Зачаровані лицарі»; у м. Одеса: «Квест-екскурсія по Привозу», «Кримінальна Одеса»; м. Кам'янець-Подільський: «Загадкова квітка на камені») [9].

Відповідно, наразі в Україні, у зв'язку із впливом COVID-19 та зумовленими ним карантинними обмеженнями, досить активно розвивається внутрішній туризм, тому запропонуємо узагальнені специфічні риси його активізації:



1) переважно самоорганізованість, коли туристи не користуються послугами туристичних підприємств;

2) орієнтування на блогерів та їх відпочинкові уподобання, тобто вибір напрямів і програм відпочинку відбувається зважаючи на інформацію, подану блогерами; ця тенденція також посилюється й тим, що наразі громадяни України є досить активними користувачами різних соціальних мереж: *Facebook, Instagram, TikTok, Youtube*;

3) фрагментарність (тенденційність), оскільки активізація внутрішнього туризму сьогодні зумовлена рядом карантинних обмежень, зокрема й закриттям кордонів і значним скороченням обсягів виїзного туризму;

4) використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій:
— тенденції з поширенням фото-, відеоконтенту туристів, пов'язаних з популяризацією окремих локацій і туристичних дестинацій у соцмережах;

— запровадження офіційного чотиримовного (українська, російська, англійська та німецька) туристичного порталу м. Києва — *visitkyiv.travel*;

— функціонування безкоштовного мобільного додатку «*KyivCityGuide*»;

— створення та застосування туристичної ID-картки для гостей столиці України — «*KyivPass*» [10];

— подібно до столиці України, відбувається активізація інформаційної політики та популяризація дестинацій різних масштабів, зокрема й сіл, де наразі відбуваються процеси формування й активного функціонування об'єднаних територіальних громад (ОТГ); сприянню наявності засобів для проведення організаційних і рекламних заходів є, в певних регіонах, цільове використання туристичного збору, акумульованого місцевими громадами, отримання грантової допомоги міжнародних організацій, діяльність громадських організацій щодо допомоги в налагодженні туристичної діяльності, можливості через інтернет-ресурси проводити ефективну промоційну політику [11];

5) активізація просування іміджу території, урбаністичного дизайну з використанням міжнародних аналогів місць-брендів (український Стоунхендж; українська Швейцарія, Ірландія, Італія, Венеція та ін.);

6) поява національних проєктів «Мандруй Україною», «Visit Ukraine», «Туристичні магніти» та інших; туристичних порталів про Україну: «Подорожуй Україною», «Україна туристична», «Мандруй Україною», «UA-travels», «Туризм в Україні» та значна кількість подібних ресурсів регіонального і місцевого спрямування [12];

7) удосконалення транспортної інфраструктури (запровадження внутрішніх авіарейсів: MAU, SkyUp, БізЕйр та гнучкості в роботі Укрзалізниці);

8) запровадження інноваційних послуг та підвищення сервісу обслуговування подорожуючих (зокрема, створення Укрзалізницею вагонів для велосипедистів);

9) ремонт автошляхів і створення потужної інфраструктури уздовж доріг міжобласного значення;



10) запровадження інноваційних форм організації та проведення екскурсій і пізнавальних турів (проведення індивідуальних, інтерактивних екскурсій, зокрема квест-, костюмованих і т.п.) та з використанням новітніх технологій (наприклад, поширені сьогодні внаслідок обмеження через COVID-19, 3-D екскурсії, із застосуванням QR-кодів і т.п.).

Розглянемо дані щодо обсягів внутрішнього туризму у інформаційних документах Державної статистичної звітності [13] за даними туроператорів і турагентів (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами і турагентами упродовж 2011–2019 рр.

Рік	Загальна кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього, тис. осіб	в тому числі:					
		в'їзні (іноземні) туристи, тис. осіб	у % до загальної кількості	виїзні туристи, тис. осіб	у % до загальної кількості	внутрішні туристи, тис. осіб	у % до загальної кількості
2011	2200,0	234,3	10,7	1250,1	56,8	715,6	32,5
2012	3000,7	270,1	9,0	1956,7	65,2	774,0	25,8
2013	3454,3	232,3	6,7	2519,4	72,9	702,6	20,3
2014	2425,1	17,1	0,7	2085,3	86,0	322,7	13,3
2015	2019,6	15,2	0,8	1647,4	81,6	357,0	17,7
2016	2549,6	35,1	1,4	2061,0	80,8	453,6	17,8
2017	2806,4	39,6	1,4	2289,9	81,6	477,0	17,0
2018	4557,4	75,9	1,7	4024,7	88,3	456,8	10,0
2019	6132,1	86,8	1,4	5524,9	90,1	520,4	8,5

Примітки:

* дані подано з 2014 року без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

** розраховано авторами за матеріалами [13].

Отже, за даними туроператорів і турагентів обсяги внутрішнього туризму в Україні упродовж 2011–2019 рр. щорічно складали від 322,7 тис. осіб до 774,0 тис. осіб, тобто в середньому 531,0 тис. осіб, а у структурі загального туристичного потоку внутрішній потік складає в середньому 18,1 %.

Проте, на відміну від в'їзних і виїзних туристичних потоків, внутрішній туризм є більш проблемним щодо визначення обсягу туристів, які подорожують власною країною, оскільки безпосередньо ці потоки не враховані у статистичних даних. Це пов'язано з особливостями організації й здійснення внутрішніх турів, адже:

1) внутрішні туристи не перетинають державний кордон, а отже, неможливо зареєструвати ці потоки;

2) досить часто туристи не користуються послугами туристичних підприємств, а віддають перевагу самодіяльній організації;



3) зазвичай засобами тимчасового розміщення (проживання) слугують приватні будинки, зокрема для певних видів туризму (сільський, пригодницький, окремі види екологічного, спортивного туризму) це є нормою;

4) відсутня потреба та практика необхідності придбання страхових полісів;

5) відсутня практика користування послугами екскурсійних бюро.

Відповідно, існує потреба у дослідженні внутрішнього туризму, оперування не лише даними щодо кількості обслуговуваних внутрішніх туристів суб'єктами туристичної діяльності України, а й кількості наданих послуг у засобах тимчасового розміщення. Щодо регіонів формування попиту, то рідко відбувається придбання турів у місцевих туроператорів і турагентів, оскільки досить поширеним явищем є придбання турів у суб'єктів туристичної діяльності в іншому регіоні чи безпосередньо у дестинаціях реалізації послуги й задоволення попиту. Тому провести аналіз внутрішніх туристичних потоків є досить проблематично.

Обсяги внутрішнього туризму можна визначити, зважаючи на надані туристичними підприємствами дані про кількість обслугованих внутрішніх туристів. Проте значний обсяг туристів, які подорожують територією України, не користуються послугами туристичних підприємств, тому пропонуємо вважати внутрішніми туристами — громадян України, які перебували у засобах тимчасового розміщення (проживання). Також, зазвичай, мета перебування осіб у засобах тимчасового розміщення в переважній більшості або прямо, або непрямо стосується туризму, оскільки й під час ділових поїздок особи відвідують визначні місця, пізнають місцевість, придбають сувеніри, беруть участь у певних івентах тощо. У статистичній звітності України зазначається загальна кількість осіб, які перебували у засобах тимчасового розміщення та кількість іноземних громадян. Тому, з метою виокремлення внутрішніх туристів варто відняти кількість іноземців із загальної кількості осіб, які зупинялися у засобах розміщення. Причому звертаємо увагу, що якраз однією із визначальних рис туризму і внутрішнього, зокрема, є пересування туриста із місця постійного проживання мінімум на добу, тобто необхідність ночівлі в засобах тимчасового розміщення (табл. 2).

Провівши необхідні розрахунки впливає, що щорічно протягом 2011–2019 рр. від 4 904 тис. осіб до 6 638 тис. осіб, або в середньому 5 840 тис. осіб користувалися послугами засобів тимчасового розміщення. Таким чином, порівнявши дані щодо внутрішніх туристів, наданих туроператорами і турагентами (табл. 1) та дані засобів тимчасового розміщення (табл. 2), маємо значні розбіжності.



Таблиця 2

**Визначення обсягів і динаміки внутрішнього туризму
(громадяни України, які перебували у засобах тимчасового розміщення)
протягом 2011–2019 рр.**

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість осіб, що перебували у закладах розміщування, тис. осіб, з них:									
Іноземці, тис. осіб	1 346,8	1 554,8	1 665,1	519,9	665,8	863,7	932,6	917,9	959,4
у % до загального обсягу	18,1	19,7	20,1	9,6	11,5	13,2	14,0	13,1	13,8
Громадяни України, тис. осіб	6 080,1	6 332,6	6 638	4 904	5 114,1	5 681,1	5 728,6	6 088,3	6 001,5
у % до загального обсягу	81,9	80,3	79,9	90,4	88,5	86,8	86,0	86,9	86,2

Примітки:

* дані подано з 2014 року без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

** розроблено авторами за матеріалами [14–19; 20–26].



Рис. 2. Динаміка та обсяги громадян України, що перебували у засобах тимчасового розміщення (внутрішній туризм) та внутрішніх туристів, обслуговуваних туроператорами, протягом 2011–2019 рр.

Примітка: розроблено авторами за матеріалами [14–19; 20–26].

На рис. 2 показано співвідношення обсягів громадян України, які перебували у засобах тимчасового розміщення (внутрішній туризм), та внутрішніх туристів, обслуговуваних туроператорами.



Таким чином, за останні 9 років в середньому щорічно як мінімум 5–6 млн, а не 0,3–0,7 млн громадян України можна віднести до внутрішніх туристів. Якщо припустити, що усі внутрішні туристи, обслуговувані туроператорами, зупинялися у засобах тимчасового розміщення, то виходить, що організований внутрішній туризм складає всього від 6,6 % (у 2014 році) до 12,2 % (у 2012 році) загального внутрішнього туристичного потоку, а в середньому за 9-ми річний період — 8,9 %, решта — неорганізований туризм.

У цьому контексті іншими висновками є те, що упродовж 2011–2019 рр.:

- 1) питома вага громадян України у засобах тимчасового розміщення порівняно із громадянами інших країн складає в середньому більше 85,0 %;
- 2) із 13–14 млн іноземних громадян, що прибувають в Україну, всього 800–900 тис. (або орієнтовно 6,5 %) зупиняється у засобах тимчасового розміщення (проживання) України.

Отже, як впливає із проведених досліджень, масштаби внутрішнього туризму є значнішими, ніж представлені у статистичній звітності. Причому проблемою також є неможливість врахування як внутрішніх туристів осіб, які зупиняються у приватних апартаментах та у власних мобільних засобах розміщення (наприклад, наметах). Тому подальших досліджень потребують можливості використання даних мобільних операторів (зокрема, Київстар) щодо обсягів пересування громадян України територією країни.

Таким чином, узагальнивши дослідження теоретико-праксеологічних аспектів визначення обсягів внутрішнього туризму, дійшли наступних висновків:

— по-перше, наведено беззаперечні факти щодо активізації внутрішнього туризму в Україні, починаючи з середини 2020 року. У зв'язку з цим, сформульовано переваги внутрішнього туризму та згруповано їх за певними напрямками (економічні, соціальні, правові, культурні, інфраструктурні), що стосуються як окремих туристів (на рівні попиту), так і підприємств, що надають туристичні послуги (на рівні пропозиції), а також регіонів і держави загалом;

— по-друге, сфокусовано й обґрунтовано узагальнені специфічні риси активізації внутрішнього туризму в Україні;

— по-третє, масштаби внутрішнього туризму є значнішими, ніж представлені у статистичній звітності, що проаналізована нами упродовж 2011–2019 рр.

Систематизація розгляду теоретико-праксеологічних аспектів визначення обсягів внутрішнього туризму виявила проблему невідповідності даних, поданих у статистичній звітності щодо кількості обслугованих внутрішніх туристів та їх суттєву розбіжність з реальним станом; неможливості врахування як внутрішніх туристів осіб, які зупиняються у приватних апартаментах та у власних мобільних засобах розміщення (наприклад, наметах). Тому подальших досліджень потребує концептуалізація напрацювань у сфері аналізу та подання статистичної інформації в туризмі та визначення основних статистичних трендів з обчислення обсягу внутрішніх туристів відповідно до міжнародних статистичних рекомендацій і досліджень у



туризмі, узагальнення інформаційно-аналітичних параметрів з різних офіційних джерел, а також формування методології з використання даних мобільних операторів щодо обсягів пересування громадян України територією країни.

Список використаних джерел

1. *Bhatia A. K.* International Tourism Management. Sterling Publishers; UK, 2001. 539 p.
2. *Pierret, F.* Some points on domestic tourism. *Recontre International sur le development du tourism domestique*, 9 December, 2001. *SILO*. URL : <https://bit.ly/3o68qHi>.
3. *Дроботова М. В.* Розробка стратегії розвитку внутрішнього туризму та її реалізації на основі методології проектного менеджменту. *Вісник Черкаського університету*. 2016. № 4. С. 73–80.
4. *Козубова Н. В.* Оцінка потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг, як об'єкту державного регулювання. *Моделювання регіональної економіки*. 2014. № 1. С. 124–132. *Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського НАН України*. URL : <https://bit.ly/3o35vyY>.
5. *Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г.* Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 848–853. URL : <https://bit.ly/3kcAI1L>.
6. *Охріменко А. Г.* Тенденції формування в'їзного туристичного потоку до України. *Економічний часопис — XXI*. 2012. № 9–10. С. 38–42. URL : <https://bit.ly/3GTx9qZ>.
7. *Охріменко А. Г.* Національна туристична система. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 592 с.
8. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. *Studies in Methods. Series F*, No. 80/Rev.1. Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. World Tourism Organization. Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010. *The United Nations Statistics Division*. URL : <https://bit.ly/3bOdo5C>.
9. *Сокол Т. Г., Плиська І. І.* Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2017. Вип. 47. С. 165–170. URL : <https://bit.ly/3bKML1l>.
10. Управління туризму та промоцій. *Офіційний портал Києва*. URL : <https://bit.ly/3wom24n>.
11. *Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г.* Кластерний підхід у регіональному розвитку туризму. *Регіональна політика: політико-правові засади, урбаністика, просторове планування, архітектура* : зб. наук. пр. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (Київ, 23 листопада 2018 р.). Вип. IV. Київ, 2018. С. 176–181.
12. *Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г.* Туризм і місто: реалізація пілотного громадського проекту «Місто: розвиток через туризм». *Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку* : тези Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (16 березня 2018 р.). Київ : КНЕУ, 2018. С. 142–147.
13. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3GW0ocC>.
14. Колективні засоби розміщування в Україні у 2011 році: статистичний збірник / відповід. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2012. 142 с.



15. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році: статистичний збірник / відповід. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2016. 142 с.
16. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році: статистичний збірник / відповід. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2017. 142 с.
17. Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році: статистичний збірник / відповід. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 142 с.
18. Колективні засоби розміщування в Україні у 2018 році. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3BPsofO>.
19. Колективні засоби розміщування в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2019 році. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3wuEsR6>.
20. Туристична діяльність в Україні у 2012 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. І. В. Калачова. Київ : Державна служба статистики України, 2013. 272 с. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3mKNkMT>.
21. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. І. В. Калачова. Київ : Державна служба статистики України, 2014. 272 с. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3hPdtGJ>.
22. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2015. 76 с. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/2S2kv0F>.
23. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2016. 76 с. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/32Uk9iJ>.
24. Туристична діяльність в Україні у 2017 році: статистичний збірник / відп. за вип. О. О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 90 с. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/2EgRacI>.
25. Туристична діяльність в Україні у 2018 році. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3mNZ6Za>.
26. Туристична діяльність в Україні у 2019 році. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3bJP5WF>.

Надійшла до редакції 15.02.2021

**Alla OKHRIMENKO,
Nataliia OPANASIUK**

Kyiv National University of Trade and Economics

Theoretical and Praxeological Aspects of Determining the Volume of Domestic Tourism

Peculiarities of statistical calculations of domestic tourism volumes are studied, as today this issue is significantly relevant due to the increasing interest of Ukrainian citizens in recreation at local resorts and tourist destinations. The main goal is to conceptualize developments in the field of analysis and presentation of statistical



information in tourism and identify major statistical trends in calculating the volume of domestic tourists in accordance with international statistical recommendations and research in tourism, as well as generalization of information and analytical parameters from various official sources. Systematization of literature sources and approaches to solving this problem shows that the scientific discourse rather briefly touched on the field of thorough research on the features and problems of statistical calculations of domestic tourism. The relevance of the study is due to the fact that currently there is no detailed statistical analysis in accordance with UNWTO international recommendations on domestic tourism and determine its objective and real impact on the economy of the regions and Ukraine in particular. The methodological basis of the study consists of tourism, economic and statistical theories, the tools of which are able to form a theoretical and methodological basis for determining the volume of domestic tourism and its objective and real impact on the economy of regions and the state as a whole. The object of the study is the process of conducting a detailed statistical analysis of domestic tourism in Ukraine. Accordingly, the benefits of domestic tourism are presented, grouped by certain areas (economic, social, legal, cultural, technological) and apply to both individual tourists and enterprises providing tourism services, as well as regions and the state as a whole. As well as specific features of intensifying the development of domestic tourism in Ukraine: 1) self-organization; 2) focus on bloggers and their leisure preferences; the influence of social networks on the formation of demand for domestic tours and excursions; 3) fragmentary (tendentious) development; 4) use of modern information and communication technologies; 5) intensification of image promotion of the territory, urban design with the use of international analogues of places-brands (Ukrainian Stonehenge; Ukrainian Switzerland, Ireland, Italy, Venice, etc.); 6) the emergence of national projects «Travel Ukraine», «Visit Ukraine», «Tourist Magnets», etc.; 7) improvement of transport infrastructure; 8) introduction of innovative services and increase of service of service of travellers (in particular, creation by Ukrzaliznytsia of cars for cyclists); 9) repair of highways and creation of a powerful infrastructure along roads of interregional value; 10) introduction of innovative forms of organization and carrying out of excursions and cognitive rounds (carrying out of individual excursions, interactive, including quest-excursions, costumed excursions, etc.) and with use of the newest technologies (for example, 3-D excursions, with using QR codes, etc.). The study of the peculiarities of statistical calculations of domestic tourism was carried out on the basis of statistical data on the accommodation of domestic tourists in temporary accommodation and the number of domestic tourists who were served by tour operators in Ukraine, which is only a share of organized tourism. It is determined that the number of self-organized domestic tourists can really be calculated only on the basis of data from mobile operators, carriers (Ukrzaliznytsia, airlines, etc.) and other entities involved in the service of travellers (eg, gas stations, restaurants, cultural and entertainment facilities, etc.). The study confirms and theoretically proves that the development of methodology and detailed statistical analysis of domestic tourism is an important aspect in determining its objective and real impact on the economy of regions and the state as a whole. The pragmatic results of this study should contribute to the intensification of the introduction of modern and balanced approaches, taking into account international statistical recommendations and research conducted in tourism, to the calculation of statistical indicators of the volume of domestic tourists.

Keywords: tourism, tourist flow, domestic tourism, volumes of domestic tourism, statistical analysis, accommodation establishments, hotels, tourist infrastructure, innovations in tourism, innovations in the field of hospitality.