

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

О.Д. Король

**МІЖНАРОДНІ ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ:
суспільно-географічні аспекти формування
та геопросторовий розподіл**

Чернівці
Чернівецький національний
університет
2018

УДК 379.85+911.3

ББК 75.81+26.8

К 683

Рекомендовано вченою радою Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (протокол № 10 від 24.09.2018 р.)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Круль В.П., доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри фізичної географії, геоморфології та палеогеографії Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича;

Любіцева О.О., доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Дністрянський М.С., доктор географічних наук, професор кафедри географії України Львівського національного університету імені Івана Франка

Король О.Д.

К 683 Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл : монографія / О.Д. Король. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2018. – 512 с.

ISBN 978-966-423-464-8

У науковій монографії проведено статистичний аналіз натуральних і вартісних показників виїзного та в'їзного напрямів міжнародного туризму. За результатами оцінки інтенсивності зарубіжного й іноземного туризму за окремими країнами світу, встановлені чинники, закономірності формування та розподілу міжнародних туристичних потоків у географічному просторі.

Для науковців, викладачів і студентів, які цікавляться питаннями формування та розподілу міжнародних туристичних потоків у географічному просторі.

УДК 379.85+911.3

ББК 75.81+26.8

ISBN 978-966-423-464-8

© Король О.Д., 2018

© Чернівецький національний університет, 2018

ПЕРЕДМОВА

На відміну від звичайного експорту, коли між країнами відбувається рух товарів, міжнародний туризм передбачає переміщення споживачів, тому його ще називають невидимим експортом. Сьогодні у світі щороку фіксується більше мільярда іноземних туристів, які формують потужні валютні потоки між країнами їхнього походження і призначення. Завдяки цьому міжнародний туризм посідає вагоме місце в зовнішньоекономічних зв'язках багатьох країн і має велике значення для їхнього торговельного балансу. Позитивний вплив на економіку дестинацій має й те, що грошові надходження від іноземного туризму внаслідок мультиплікативного ефекту стимулюють розвиток інших галузей: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів широкого вжитку, внутрішнього транспорту та зв'язку тощо.

Більше того, значення туризму не можна оцінювати тільки економічними вигодами. Він є однією з форм епізодичних міграцій, що сприяє встановленню й розширенню міжнародних культурних зв'язків між країнами, зміцненню дружби й співробітництва народів світу. Для самих же туристів подорожі за кордон – чудова нагода відпочити, пізнати світ, відвідати родичів і знайомих та ін.

На передній план у цьому виданні поставлена географічна сутність туризму як форми епізодичної міграції населення, що ґрунтується на подоланні геопростору, пов'язана з територією та її відмінностями від місця до місця. У цьому контексті саме географам належить значний доробок у дослідженнях туризму, висвітлений у працях В.С. Преображенського, Ю.О. Веденіна, І.В. Зорина, М.А. Ананьева, Н.П. Зачиняєва, Н.С. Фальковича, Є.А. Котлярова та інших дослідників минулих часів, а в Україні – М.П. Крачила, О.О. Любіцевої, О.О. Бейдика. З-поміж останніх вагомих наукових викладів, присвячених міжнародному туризму, можна виділити роботи А.Ю. Александрової (2002 р.) [3], О.О. Любіцевої (2002 р.) [114], в яких охарактеризовані основні поняття міжнародного туризму, проаналізована географія туристського попиту за регіонами світу, відображені останні

тенденції та процеси глобалізації в цій галузі. Однак сучасні наукові вишукування міжнародного туризму мало торкаються питань, у яких би розглядалися особливості формування та розподілу туристичних потоків у географічному просторі, висвітлювалися закономірності цього просторового процесу, обґрунтовувалися чинники, які на це впливають. Тому **метою роботи** став аналіз зарубіжного (виїзного) та іноземного (в'їзного) туризму за окремими країнами світу задля виявлення чинників і закономірностей формування та розподілу міжнародних туристичних потоків, що дозволить змоделювати цей процес у географічному просторі з огляду на такі його властивості, як протяжність і строкатість.

Об'єктом дослідження є міжнародні туристичні потоки світу, а **предметом** – формування та розподіл цих потоків у географічному просторі. При дослідженні формування міжнародних туристичних потоків увага приділятиметься їх зарубіжному (виїзному) напрямку, зокрема оцінці цих потоків за країнами походження та аналізу суспільно-географічних чинників, які на них впливають. Для з'ясування особливостей розподілу міжнародних туристичних потоків у географічному просторі розглядатиметься, насамперед, іноземний (в'їзний) напрямок туризму за країнами призначення, у т.ч. вивчатимуться чинники, які визначають привабливість тієї чи іншої дестинації.

Для виявлення чинників валові показники міжнародних туристичних потоків не зовсім підходять, адже кількість туристів та їхні витрати можуть залежати від масштабу країни. Тому були запропоновані комплексні відносні величини, які включають натуральні та вартісні показники, зокрема індекс зарубіжної туристичної активності (ЗТА) як мірило залучення населення країни та їх споживчих витрат до виїзного туризму, а для в'їзного – індекс ІТА, який дозволяє оцінити іноземну туристичну привабливість (атрактивність) тієї чи іншої країни незалежно від того, наскільки вона велика чи мала.

Виходячи з предмета дослідження та задля досягнення мети, були сформульовані такі **завдання**: визначення основних теоретичних засад суспільно-географічного дослідження

міжнародного туризму та методологічної і статистичної бази аналізу міжнародних туристичних потоків; окреслення й обґрунтування основних чинників формування та розподілу міжнародних туристичних потоків; статистична оцінка й аналіз натуральних і вартісних показників зарубіжних (виїзних) та іноземних (в'їзних) туристичних потоків як загалом для світу, так і за окремими країнами; визначення зарубіжної туристичної активності населення країн світу та аналіз чинників, які на неї впливають; виявлення іноземної туристичної привабливості (атрактивності) країн світу та аналіз чинників, які на неї впливають; розробка та теоретичне обґрунтування моделі формування та розподілу міжнародних туристичних потоків у географічному просторі.

Дослідження побудоване на статистичній базі та методології Світового банку і Всесвітньої туристичної організації, застосовувалися методи математичної статистики, у т.ч. з використанням програмного забезпечення Statistica 10. Як теоретичні положення, так і сама модель, які висвітлені в цій роботі, отримані в результаті статистичного аналізу міжнародних туристичних потоків як загалом для світу за період 1996-2009 рр., так і для більше 100 країн світу за три маркерні роки: 1999 р., 2004 р. і 2008 р. Такий вибір 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». В 2009 році світовий ВВП уперше від часів Другої світової війни показав негативну динаміку. До того ж рекордно, більш ніж на 10%, скоротилася світова торгівля, яка відновила свої обсяги лише у 2011 р. Однак її темпи росту не змогли повернутися до рівня, який був до кризи. Хоча спад економіки США і Єврозони закінчився в другому кварталі 2009 року, у 2011 році в Єврозоні почалася друга рецесія, яка мала місце до 2013 року й стала найтривалішою в її історії. Тому останнім роком дослідження обраний 2008 р.

ВИСНОВКИ

Туризм за своєю суттю є географічним явищем, адже розглядається як форма міграції населення, що ґрунтується на подоланні геопростору, пов'язана з територією та її відмінностями «від місця до місця». Географічний компонент містить у собі такі основні складові: регіон, що генерує туристичний потік – звичне середовище; регіон, що приймає туристичний потік – дестинація; відстань між ними. Туристові при цьому не байдуже, куди прямувати. Він робить свій вибір, виходячи з відмінностей «від місця до місця», насамперед між звичним середовищем і дестинацією. Не буває двох однакових дестинацій. Тож відмінності між ними теж визначатимуть, куди прямуватиме турист. При цьому враховується фактор відстані.

Як підтверджують результати дослідження питомих показників виїзного напрямку міжнародного туризму, **економічний чинник** має вирішальний вплив на формування зарубіжних туристичних потоків, а його дія, на нашу думку, може бути зображена такою схемою: споживчі витрати → витрати на туризм → туристичні вибуття.

Перша ланка в цій схемі, яка пов'язує споживчі витрати домогосподарств і зарубіжні туристичні видатки, характеризується тісним зв'язком – індекс криволінійної кореляції (i) перевищує 0,7. Цей зв'язок може бути описаний степеневою функцією, в якій показник степеня дещо більший за одиницю. Це означає, що зі збільшенням споживчих витрат видатки на зарубіжний туризм зростатимуть швидшими темпами. Ця тенденція пояснюється законом Енгеля, відповідно до якого зі зростанням доходів населення частка витрат у бюджеті домогосподарств на продукти харчування пропорційно зменшується, на житло – залишається майже без зміни, а на все інше, зокрема й на туризм, – збільшується.

Друга ланка у цій схемі, яка пов'язує видатки на зарубіжний туризм і туристичні вибуття, характеризується менш тісним зв'язком. Адже між цими двома показниками знаходиться «компенсатор», який робить їх менш взаємозалежними – це витрати на одне вибуття. Скорочення туристичних видатків не

одразу спричинює зменшення кількості вибуттів. Люди, замість того, щоб відмовитися від подорожування, ладні спочатку зекономити, обравши ближчу дестинацію або скоротивши тривалість поїздки, що проявляється в зменшенні витрат на одне вибуття. Працює це правило і навпаки, коли зі зростанням витрат на зарубіжний туризм кількість вибуттів теж збільшується, проте меншими темпами. Ця тенденція підтверджується графіками степеневі функції, в якій показник степеня трохи менший за одиницю.

Економічний чинник виявився одним із головних і для іноземних (в'їзних) туристичних потоків. Так, високу туристичну привабливість мали країни зі значною просторовою щільністю соціально-економічних процесів, яку найкраще відображають споживчі витрати місцевого населення, що припадають на 1 км² території. Загалом, величина споживчих витрат визначає розвиток третинного сектору економіки, оскільки там, де домогосподарства витрачають на купівлю товарів і послуг багато грошей, зростають інвестиції, насамперед, у ті сфери бізнесу, які дотичні до кінцевого споживача, зокрема в торгівлю, сферу обслуговування тощо. Однією з головних складових сфери обслуговування є туризм. Тому споживчі витрати резидентів певної країни – це водночас чинник і джерело розвитку туристичної інфраструктури, яка може бути використана не лише для внутрішнього, але й для іноземного туризму.

Виходячи з цього, питомі споживчі витрати місцевого населення, які припадають на одиницю площі території країни, впливають на формування в'їзних (іноземних) туристичних потоків до неї через розвиток туристичної інфраструктури. Зіставлення цих витрат з питомими (на км²) капітальними інвестиціями в туристичну галузь тієї чи іншої країни показало дуже тісний зв'язок між цими ознаками. Зокрема, за питомих споживчих витрат місцевого населення менших 1,7 млн US\$/км² (у цінах 1996 р.) коефіцієнт кореляції $r = 0,91$, а за більших – капітальні інвестиції в туризм уже не зростали та коливалися близько 50 тис. US\$/км² (у цінах 1996 р.). Тобто в таких країнах туристична інфраструктура сформована та розвинута і саме така

інфраструктура приваблює іноземних туристів навіть до країн без моря, сонця та піску.

З-поміж **географічних чинників**, які впливають на формування та розподіл туристичних потоків у географічному просторі, заслуговують на увагу площа території країни, її клімат і транспортно-географічне положення.

Площа території країни впливає, насамперед, на формування зарубіжних туристичних потоків і проявляє себе в маргінальних випадках, тобто коли вона дуже мала чи доволі велика. Звичне середовище мешканців карликової держави може охоплювати всю її територію. Як наслідок, будь-яка туристична поїздка буде виходити за межі цієї країни. Тобто до зарубіжних поїздок додаються потоки, які в більших країнах були б внутрішніми. Тому населення в країнах із крихітною територією дуже часто подорожує за кордон.

Натомість у країнах з дуже великою площею території спостерігається низька зарубіжна туристична активність, адже там надають перевагу внутрішньому туризму. Цьому сприяє ряд причин: по-перше, туризм як форма міграції населення є явищем просторовим, тому велика територія – це, насамперед, широкі можливості для подорожування; по-друге, населенню, яке проживає на значній за площею території, аби дістатися кордону країни, доводиться долати великі відстані, що не стимулює зарубіжні поїздки; по-третє, туриста ваблять місця, відмінні від його звичного середовища, чому дуже сприяє ландшафтне розмаїття. А між цим розмаїттям і площею території спостерігається детермінований зв'язок. Так, значне простягання суші з півночі на південь і наявність великих рівнинних просторів приводять до чіткого прояву широтної зональності та великого ландшафтного розмаїття. Залежність між наявністю різних форм рельєфу та морських акваторій, з одного боку, та площею території – з іншого, носить імовірнісний характер. Етнокультурне розмаїття теж частіше зустрічається у великих країнах, аніж у малих.

Наступним *географічним чинником є кліматичний*. Туризм здебільшого розглядається як форм активного відпочинку, тому

він висуває певні вимоги до кліматичних умов, які, насамперед, повинні бути комфортними для людини та придатними для того чи іншого виду рекреаційної діяльності. Клімат чинить опозитний вплив на формування та розподіл міжнародних туристичних потоків. Якщо, наприклад, упродовж року в країні переважають прохолодні погоди, то це людей виснажує і вони виїжджають за кордон у пошуках сонця і тепла. Водночас такі кліматичні умови не сприяють іноземному (в'їзному) туризму. За поширення в країні лагідних типів клімату, зокрема середземноморського або тропічного, які до того ж поєднуються з морськими акваторіями, спостерігається низька зарубіжна туристична активність місцевого населення, натомість такі географічні умови приваблюють іноземних туристів.

За результатами дослідження встановлено, що в країнах, які розташовані на північ від річної ізотерми $+10^{\circ}\text{C}$ (для північної півкулі), тобто в широтах, де морські акваторії не прогриваються до комфортних температур, має місце підвищена зарубіжна туристична активність, і чим ближче до полюсу, тим вона вища. Подібний ефект дає також відсутність морських акваторій через внутрішньоконтинентальне положення країни.

Роблячи загальні підсумки щодо впливу клімату на міжнародний туризм, можна виділити несприятливі, сприятливі та туристично-атраaktivні типи клімату.

Несприятливі типи клімату для туризму характеризуються переважанням дискомфортних ефективних температур для тепловідчуття людини. За класифікацією Кеппена, до них належить клімат тундри і постійного морозу (**E**), помірно холодний клімат (**D**) із температурним індексом (**c**) – дуже холодно. Крім того, через надмірну зволоженість і щоденні зливи сюди можна віднести клімат тропічних лісів (**Af**), а також клімат пустель (**BW**) із температурним індексом (**h**) – дуже жарко. Останній, наприклад, поширений у Кувейті: літо тут дуже спекотне, до $+50^{\circ}\text{C}$. Проте в зимовий період тип клімату **BW** може забезпечувати комфортні умови для відпочинку на морі, як-от в ОАЕ.

Сприятливі типи клімату для туризму характеризуються переважанням комфортних ефективних температур для тепловідчуття людини впродовж літа, проте не забезпечують прогрівання морських акваторій до температур, необхідних для купально-пляжної рекреації. Переважно формують погодні тло для решти видів туризму. До таких типів за класифікацією Кеппена можна віднести помірно теплий клімат (C) із температурним індексом (b) – тепло, а також помірно холодний (D) із температурним індексом (a) чи (b) – жарко або тепло. Їхньою особливістю є виражена сезонність, що за холодний період створює необхідний температурний режим для зимових видів рекреації, а стійкий сніговий покрив за таких кліматичних умов забезпечує висотна поясність. Ці типи клімату (Cfb, Dfb), наприклад, поширені у помірному поясі Європи. Менш сприятливі для туризму мусонні типи помірного клімату зі зволеним літом (w). До цього класу можна віднести й клімат степів (Bsk).

Туристично-атракативні типи клімату характеризуються переважанням комфортних ефективних температур для тепловідчуття людини та забезпечують прогрівання морських акваторій до температур, прийнятних для купально-пляжної рекреації. Отже, ці типи клімату в поєднанні з морськими акваторіями є тими ресурсами, які приваблюють туристів. Найатракативнішими виявилися типи клімату C – субтропічний і помірний із сухим літом (s) або рівномірним зволоженням впродовж року (f). При цьому температурний індекс (a) вказує на переважання за найтепліший місяць жаркої погоди +23-28 °C. Привабливим для купально-пляжної рекреації виявився також тропічний тип клімату Aw. Він ще жаркіший, а комфортні та субкомфортні температури для відпочинку на воді тримаються майже цілий рік. Водночас несприятливим чинником є значна кількість опадів, однак вони мають сезонний характер і випадають переважно влітку.

Транспортно-географічне положення впливає на формування та розподіл міжнародних туристичних потоків через відстані між країнами походження і призначення туристів, а також через протяжність спільного кодону суходолом, яка у багатьох

випадках визначає обсяги туристичних потоків між країнами-сусідами. Цей вплив проявляється в частоті поїздок до тієї чи іншої дестинації, що можна побачити в структурі туристичних прибуттів або вибуттів певної країни. Однак проведений аналіз не виявив функціональної залежності між відстанню та інтенсивністю туристичного обміну між країнами. Водночас спостерігалася закономірність, за якою частка прибуттів або вибуттів у структурі міжнародного туризму певної країни може бути будь-якою, але зазвичай не перевищує значення, яке з відстанню зменшується за експонентою. Інакше кажучи, відстань не визначає, а обмежує інтенсивність туристичного обміну між країнами, тобто є обмежувачим чинником.

Установлено, що близько 50% міжнародного туристичного обміну відбувається між країнами, які межують суходелом або кордони котрих розташовані на відстані до 50 км, а такі потоки мають характер «дифузії». Тому, за інших однакових умов, частка країни-сусіда в структурі туристичних прибуттів або вибуттів часто узгоджується з протяжністю спільного кордону суходелом. Винятки з цього правила здебільшого пов'язані зі спотворенням ізотропності географічного простору, насамперед на прикордонних територіях.

Окрім географічних чинників, на формування та розподіл туристичних потоків також впливають **демографічні особливості** країни походження та призначення туристів. Так, зарубіжна туристична активність деякою мірою залежить від вікової структури країни походження туристів, зокрема частки дітей та людей похилого віку, вплив яких різноспрямований. Значна кількість дітей у віковій структурі спостерігається за традиційного типу відтворення населення, притаманного країнам, що розвиваються. Натомість, сучасний тип відтворення і висока середня тривалість життя, які мають місце у розвинутих країнах, зумовлюють значну кількість людей похилого віку. Якщо за показник рівня розвитку країни взяти питомі (per capita) споживчі витрати домогосподарств, то найкраще вони корелюються саме з часткою осіб похилого віку. Цей вартісний показник є вагомим економічним чинником зарубіжного туризму. Тому важко визначити, якою мірою на формування зарубіжних

туристичних потоків впливає демографічний чинник, а якою – економічний.

На розподіл міжнародних туристичних потоків впливає інший демографічний чинник – ментальний, що передбачає духовну близькість між населенням країн походження та призначення туристів, яка полягає, насамперед, у мовній спорідненості. Це дозволяє туристові легко порозумітися з місцевим населенням, бо між ними не виникає мовного бар'єра. Спільна історія також зближує народи, однак вона впливає лише в межах кількох поколінь, коли живі ще родичі та знайомі, які колись проживали в одному державному утворенні. Наявність у країні походження туристів великої національної меншини, що має етнічну спільність із населенням країни призначення (або навпаки), є поширеним варіантом прояву ментального чинника.

Зрештою, за результатами аналізу статистики зарубіжного (виїзного) та іноземного (в'їзного) туризму за окремими країнами світу та вищезгаданих чинників, були виявлені закономірності формування та розподілу міжнародних туристичних потоків, що дозволило змодельовати цей процес у географічному просторі з огляду на такі його властивості, як протяжність і строкатість (гетерогенність).

Згідно із запропонованою моделлю, формування туристичного потоку розпочинається зі звичного середовища, яке можна зобразити добовою просторово-часовою призмою Хегерстранда. Апперцепція звичного середовища зводиться до набуття стереотипів, які полегшують повсякденне життя, але перетворюють його на сірі будні. Аби уникнути набридливих стереотипів, найкраще залишити повсякденне життя, зокрема виїхати за межі звичного середовища. Так формується **мотив міграції**, який на моделі вписаний у просторово-часову призму Хегерстранда.

Однак, коли не спрацьовують набуті стереотипи, як правило, виникають негативні переживання. Для їх розвіювання за межами звичного середовища мають гарантовано задовольнятися такі потреби людини, які біхевіорист А. Маслоу відносить до первинних. Необхідність задоволення цих потреб у туристів

формує **мотив комфорту**, позначений на моделі двома першими шаблями піраміди Маслоу. Крім того, цей мотив включає третій шабель – біокліматичний комфорт, який оцінюється людиною через власні тепловідчуття та відповідність певним видам рекреаційної діяльності. Переважаючі типи клімату у звичному середовищі підсилюють або послаблюють мотив міграції, а за його межами впливають на розподіл туристичних потоків у географічному просторі.

Мотив міграції, проходячи через піраміду мотиву комфорту, втілюється у конкретні потреби (опредметнюється), які мають бути задоволені під час подорожі. Мотив міграції ніби виштовхує туристів за межі звичного середовища, а найпершими на їхньому шляху трапляються сусідні дестинації. Потоки до сусідніх країн – наймасовіші у міжнародному туризмі, на них припадає близько половини тих, хто подорожує за кордон. Туристичний обмін між сусідніми країнами часто охоплює прикордонні території та має характер дифузії, а його обсяг залежить від протяжності спільного кордону суходолом.

Під час поїздок до сусідніх країн часто трапляється так, що близько розташовані дестинації мало чим відрізняються від звичного середовища. Це пояснюється тим, що гетерогенність географічного простору зростає разом із відстанню. У подібних до звичного середовища дестинаціях можуть активізуватися набуті в повсякденні стереотипи. Тому людям не байдуже, куди подорожувати, ними рухає **мотив контрасту**, який полягає в тім, що туристи прагнуть відвідувати місця, що істотно відрізняються від звичного середовища, є контрастними (екзотичними) до нього. Отже, мотив контрасту ніби притягує туристів до певних (екзотичних) дестинацій.

Через дію мотиву контрасту, на який часто накладається мотив естетики, формуються туристичні потоки до віддалених дестинацій. Їм притаманна схема «штовхай→тягни»: мотив міграції штовхає туристів, а мотиви контрасту та естетики – притягують. Одним із головних чинників, що впливає на обсяги таких туристичних потоків, є відстань, адже на далеку дорогу витрачається чимало грошей і часу. Зважаючи на ліміт

споживчих витрат і вільного часу, відстань перетворюється на чинник, що обмежує кількість подорожуючих із віддаленістю місця призначення.

Отже, зазначена модель відображає властивості географічного простору, які є ключовими для туризму, розкриває його географічну сутність. Базові туристичні мотиви разом із чинником відстані пояснюють, як формуються й розподіляються туристичні потоки в географічному просторі. У підсумку, можна відзначити, що як модель, так і теоретичні викладки концептуально стосуються поведінкової географії і роблять внесок у географію туризму.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ	6
1.1. Поняття «міжнародні туристичні потоки».....	6
1.2. Мотивації та туристичні цілі	13
1.3. Статистична оцінка міжнародного туризму	21
1.4. Економічні чинники міжнародного туризму	25
1.5. Географічні чинники міжнародного туризму	31
1.6. Демографічні чинники міжнародного туризму	41
1.7. Формування та розподіл міжнародних туристичних потоків у географічному просторі	45
1.7.1. Властивості географічного простору і туризм.....	45
1.7.2. Апперцепція географічного простору і звичне середовище.....	49
1.7.3. Базові туристичні мотиви	54
1.7.4. Протяжність географічного простору і туристичні потоки	65
1.7.5. Модель формування та розподілу міжнародних туристичних потоків у географічному просторі.....	69
1.7.6. Онтологічно-антропологічне висвітлення перебування у звичному середовищі та базових туристичних мотивів	73
2. ЗАРУБІЖНІ (ВИЇЗНІ) ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ ТА ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ	86
2.1. Економічні чинники генерації зарубіжних туристичних потоків (валові показники)	86
2.1.1. Споживчі витрати домогосподарств, видатки на зарубіжний туризм і міжнародні туристичні вибуття.....	86
2.1.2. Кластерний аналіз країн за споживчими витратами домогосподарств, зарубіжними туристичними видатками та вибуттями	94

2.2. Економічні чинники генерації зарубіжних туристичних потоків (питомі показники)	107
2.2.1. Споживчі витрати домогосподарств і видатки на зарубіжний туризм <i>per capita</i>	107
2.2.2. Видатки на зарубіжний туризм і міжнародні туристичні вибуття <i>per capita</i>	116
2.2.3. Кластерний аналіз країн за питомими споживчими витратами домогосподарств, зарубіжними туристичними видатками та вибуттями.....	123
3. ЗАРУБІЖНА ТУРИСТИЧНА АКТИВНІСТЬ ТА СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ.....	134
3.1. Індекс зарубіжної туристичної активності (ЗТА).....	134
3.2. Кластерний аналіз країн за показниками зарубіжної туристичної активності та питомими споживчими витратами домогосподарств.....	138
3.3. Географічні чинники генерації зарубіжних туристичних потоків	217
3.3.1. Площа території.....	217
3.3.2. Кліматичні умови	225
3.3.3. Транспортно-географічне положення.....	236
3.4. Демографічні чинники генерації зарубіжних туристичних потоків	252
3.4.1. Ментальний чинник	252
3.4.2. Урбанізація та вікова структура населення.....	256
4. ІНОЗЕМНІ (В'ЇЗНІ) ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ ТА КРИТЕРІЙ АТРАКТИВНОСТІ.....	265
4.1. Міжнародні туристичні прибуття та доходи від іноземного туризму (валові показники).....	265
4.2. Кластерний аналіз країн за міжнародними туристичними прибуттями і доходами від іноземного туризму	273
4.3. Міжнародні туристичні прибуття та доходи від іноземного туризму (відносні показники).....	282

4.4. Відносні показники в'їзних туристичних потоків як критерій іноземної туристичної привабливості (атрактивності).....	295
4.5. Кластерний аналіз країн за натуральними та вартісними показниками іноземної туристичної привабливості	304
5. ЧИННИКИ ІНОЗЕМНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКТИВНОСТІ.....	412
5.1. Економічні чинники атракції іноземних туристичних потоків	412
5.2. Географічні чинники атракції іноземних туристичних потоків	421
5.2.1. Кліматичні умови	421
5.2.2. Транспортно-географічне положення.....	440
ВИСНОВКИ.....	460
ДОДАТКИ.....	469
ЛІТЕРАТУРА.....	491