

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ МЕЖДУ УКРАИНОЙ И СТРАНАМИ РЕГИОНА БАЛТИЙСКОГО МОРЯ В 2012–2019 ГОДАХ

Л. М. Сатыр
Р. П. Задорожная
Л. И. Стадник

Белоцерковский национальный аграрный университет,
09117, Украина, Белая Церковь, пл. Соборная, 8/1

Поступила в редакцию 07.09.2020 г.

doi: 10.5922/2079-8555-2021-2-2

© Сатыр Л.М., Задорожная Р.П.,
Стадник Л.И., 2021

Исследуются особенности и тенденции изменений объемов въездных и выездных туристических потоков между Украиной и странами региона Балтийского моря (РБМ) в 2012–2019 годах. Авторы изучают преобладающие туристические потоки (въездные или выездные в/из Украины), а также влияние введения режима безвизового въезда в Шенгенскую зону на количество украинцев, посетивших регион Балтийского моря. В исследовании использовались два источника данных: о количестве иностранных граждан, посетивших Украину, и украинцев, выехавших за границу, собранные Государственной пограничной службой Украины, а также данные Индекса конкурентоспособности сферы путешествий и туризма Всемирного экономического форума. Для достижения цели исследования применялись статистические методы анализа структурных сдвигов, рядов динамики и графическая визуализация. Полученные результаты показывают, что уровень украинского выездного туризма демонстрировал стабильный рост, при этом безвизовый въезд в Шенгенскую зону не оказал статистически значимого влияния на количество выезжающих из Украины туристов в страны РБМ. Поток выездного туризма преобладал над въездным. Более того, после 2013 года произошло резкое снижение количества въезжающих туристов в Украину вследствие социально-политической ситуации в стране. Анализ также выявил значительные изменения в структуре потоков въездного и выездного туризма. Пандемия COVID-19 рассматривается как мощный фактор, влияющий на текущее состояние и перспективы туристической индустрии.

Ключевые слова:

въездной туризм, выездной туризм, международный туризм, Индекс конкурентоспособности сферы путешествий и туризма, регион Балтийского моря, Украина, COVID-19

Вступление

Современная жизнь немыслима без путешествий. В последние десятилетия объемы туристических потоков неуклонно увеличивались за счет глобализации [1; 2] и технологических достижений [3–10]. Путешествия стали более доступными и

Для цитирования: Сатыр Л. М., Задорожная Р. П., Стадник Л. И. Статистический анализ туристических потоков между Украиной и странами региона Балтийского моря в 2012–2019 годах // Балтийский регион. 2021. Т. 13, № 2. С. 27–51. doi: 10.5922/2079-8555-2021-2-2.

занимают меньше времени, чем когда-либо в истории наблюдений. В результате туристическая деятельность стала стратегическим направлением мировой экономики [11 — 13]. Ее доля в мировом ВВП составила 10,4 %, равно как и сопоставимый вклад в занятость в 2018 году¹. Общая сумма доходов от международного туризма была 1,649 трлн долл. в 2018 году по сравнению с 485,178 млрд долл. в 1995 году, т. е. увеличилась в 3,4 раза, и этот рост продолжался в течение всего периода за исключением 2009 и 2015 годов². Доля туризма как процента поступлений от международного туризма в общем объеме экспорта была самой высокой в 1995 году (8,6 %) и самой низкой в 2011 году (5,6 %), но с 2011 по 2016 год наблюдается значительная тенденция роста (6,8 %)³.

Как отмечает Б. Софронов, туризм «стимулирует экономический рост, создает рабочие места, стимулирует социальное развитие и способствует миру» [14, р. 123]. У Е. Г. Кропиновой похожее видение: «...туризм — лучший способ добиться устойчивого развития» [15, р. 13].

С этой точки зрения трудно переоценить важность туризма в достижении целей в области устойчивого развития, а именно цели 8 — «достойный труд и экономический рост». Сфера туризма обладает большим потенциалом и может служить инструментом устойчивого развития, поскольку поддерживает занятость и генерирует значительные финансовые потоки для решения экономических проблем. Чтобы быть устойчивым, туризм должен «полностью учитывать текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, отвечая потребностям туристов, промышленности, окружающей среды и принимающих сообществ»⁴.

Обретение независимости постсоветскими странами значительно расширило возможности путешествий для их граждан. Среди таких стран находится Украина и некоторые государства региона Балтийского моря (РБМ): Российская Федерация, Эстония, Латвия и Литва. Последние три страны как направления всегда имели большую туристическую привлекательность для внутреннего туризма в СССР, поскольку посещение стран Западной Европы для подавляющего большинства советских людей вследствие существовавшей политической ситуации было значительно затруднено.

Сегодня не только Эстония, Латвия и Литва, но и все страны ЕС доступны многим украинским туристам. Страны Европы являются одними из самых популярных туристических направлений для украинцев.

Поскольку регион Балтийского моря «является наиболее передовым с точки зрения развития транснационального туризма» среди всех макрорегионов Европейского союза [16, р. 128], кроме того, это первый макрорегион ЕС, приоритетом стратегии развития которого выступает развитие туризма [16, р. 127], исследование туристических потоков между Украиной и странами Балтийского моря имеет практическое значение для анализа интеграции украинских путешественников в международные туристические потоки, а также для понимания потенциала Украины в сфере въездного туризма, включая въездной туризм из стран региона Балтийского моря.

¹ *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019* // World Economic Forum. Geneva. URL: <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019> (дата обращения: 20.08.2020).

² *International tourism, receipts (current US\$)* // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> (дата обращения 22.01.2021).

³ *International tourism, receipts (% of total exports)* // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS> (дата обращения 22.02.2021).

⁴ *Tourism and the Sustainable Development Goals — Journey to 2030* // UNWTO. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401> (дата обращения: 20.01.2021).

Следует отметить, что развитие международного и приграничного туризма в регионе Балтийского моря способствовало формированию особого направления научных исследований [15—24]. В связи с этим Е. Г. Кропинова отмечает, что страны РБМ, основываясь на своем лучшем опыте развития устойчивого туризма, должны продвигать единый бренд «Балтийский устойчивый туризм» как модель, сочетающую в себе все элементы устойчивого развития [15, р. 14].

Однако, по мнению Т. Фройде, в настоящее время туризм как отрасль не достиг состояния устойчивости [25, р. 10]. Очевидно, что, несмотря на преимущества развития сферы туризма, увеличение объемов туристических потоков не лишено недостатков, как социальных, так и экологических. Рост туристических потоков приводит к возникновению феномена овертуризма [26—28]. Этот термин обозначает негативное воздействие избыточных туристических потоков и на местных жителей, и на самих посетителей, другими словами, «отрицательное воздействие туризма на само направление или его части, которое сказывается на восприятии качества жизни гражданами и / или качества впечатлений туристами»⁵.

По мнению А. Аморе, М. Фалька, а также согласно подсчетам Б. А. Адие, в Венеции уровень овертуризма самый высокий в мире: соотношение посетителей музеев к жителям составляет 83:1 [29, р. 124]. Следующие города в рейтинге — Флоренция, Севилья, Лиссабон и Амстердам [29, р. 126].

Основными причинами возникновения овертуризма являются удешевление авиабилетов, доступность жилья благодаря сервису *Airbnb* и формирование потребительской культуры путешествий в целом. Увеличение туристического потока в наиболее посещаемых местах создает неудобства как для путешественников, так и для местных жителей. Так, туристы сталкиваются с очередями к достопримечательностям и даже ограничениями по времени их посещения вследствие большого количества посетителей, в результате поездка приносит разочарование. С другой стороны, приоритет интересов туристов над интересами местных жителей, увеличение нагрузки на коммуникации и инфраструктуру, рост стоимости жизни для местного населения, рост преступности, возникновение угрозы экосистеме конкретной дестинации являются проблемами, с которыми сталкиваются принимающие сообщества. Несмотря на финансовые поступления, туристы вызывают у местных жителей недовольство, поскольку они испытывают дискомфорт в результате снижения качества жизни, а значит, возникает социальная напряженность, что прямо противоположно желаемому путешественниками и принимающей стороной эффекту.

Кроме того, очевидна причинно-следственная связь между увеличением туристических потоков и повышением уровня выброса углекислого газа [30]. М. Ленцен и соавт. констатируют, что доля туризма в мировых выбросах парниковых газов составляет около 8 % [31, р. 522].

Углеродный след парниковых газов является причиной глобального потепления и загрязнения планеты, что грозит необратимыми негативными изменениями климата Земли. В целях противостояния этим изменениям в 2016 году было разработано и подписано Парижское соглашение, которое направлено на снижение рисков путем удержания роста глобальной средней температуры намного ниже 2°C по сравнению с доиндустриальными уровнями.

С. Гёсслинг и Дм. Хайэм утверждают, что индустрия туризма должна формировать процесс менеджмента дестинаций на основе низкоуглеродного императива в целях предотвращения необратимого изменения климата [32]. Т. Фройде, однако, замечает, что даже устойчивый вариант туризма и его вклад в достижение Целей

⁵ *Overtourism*? — Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Reception, Executive Summary / UNWTO // eLibrary. doi: 10.18111/9789284420070.

устойчивого развития не устраняет полностью проблему углеродного загрязнения [25, р. 10]. Кроме того, возникает опасность перекладывания ответственности за сокращение выбросов на потребителя. С этой точки зрения чрезвычайно важно объединить усилия всех заинтересованных сторон, чьи интересы сосредоточены на сокращении выбросов углерода.

В связи с этим возникает вопрос о корпоративной социальной ответственности туристических предприятий, и эта проблема сейчас активно разрабатывается в исследованиях [33—37]. Так, А. Оксенсвард [38, р. 35] подчеркивает важность коллективного обучения как инструмента корпоративных менеджеров и других лидеров, который возможно применять для оптимизации деятельности туристических организаций в направлении устойчивого туризма.

В этом году устойчивость туристического сектора испытала серьезные потрясения в результате воздействия на нее пандемии COVID-19. По данным ЮНВТО, сорванным в мае 2020 года, текущая ситуация может привести к сокращению прямых рабочих мест⁶ в сфере туризма на 100—120 млн, что станет худшим показателем в сфере международного туризма с 1950 года. В конце января 2021 года Барометр мирового туризма ЮНВТО отметил, что число международных прибытий снизилось на 1 млрд, или 74 %, в 2020 году по сравнению с 2019 годом⁷. Обвал в туристической отрасли связан с потерей экспортной выручки в размере 1,3 трлн долл. Это более чем в 11 раз больше по сравнению с потерями отрасли от мирового экономического кризиса 2009 года. Такие кардинальные изменения привели к появлению большого числа научных работ, связанных с пандемией COVID-19 [39—41], как наиболее актуальной области туристических исследований в нынешних условиях.

Материал и методы исследования

Целостная оценка привлекательности страны для посетителей возможна с применением Индекса конкурентоспособности индустрии путешествий и туризма (ТТСИ). ТТСИ рассчитывается с 2007 года и публикуется раз в два года с 2009 года в Отчете о конкурентоспособности индустрии туризма и путешествий Всемирного экономического форума. Этот индикатор сформирован на основе объединенных информационных ресурсов — статистики международных организаций (две трети данных) и ежегодного Обзора мнения исполнительных директоров (одна треть данных). Последний включает опрос более 16 000 отраслевых экспертов — руководителей предприятий и лидеров бизнеса. Для составления Индекса конкурентоспособности индустрии путешествий и туризма 90 отдельных показателей сгруппированы в 14 ключевых компонентов, а затем отдельные показатели объединены в 4 субиндекса: 1) благоприятная среда; 2) политика в области путешествий и туризма и благоприятные условия; 3) инфраструктура; 4) природные и культурные ресурсы.

Ранг и страновое значение Индекса измеряются для каждой экономики, которая включена в Отчет о конкурентоспособности индустрии путешествий и туризма.

Согласно подходу украинской статистики, совпадающему с европейским, туризм определяется как деятельность посетителей, совершающих поездку в пункт назначения за пределами их обычной среды менее чем на год. Данное определение подразумевает, что туризм объединяет в себе такие подвиды, как частный отдых и

⁶ 2020: worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals // UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата обращения: 24.02.2021).

⁷ 2020: worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals // UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата обращения 24.02. 2021).

деловые поездки, а также посещения семьи и друзей⁸, поскольку модели потребления отдыхающих и деловых путешественников схожи.

В соответствии с украинской практикой данные о потоках выездного и въездного туризма можно получить из двух источников. Первичные данные о количестве иностранных граждан, посетивших Украину, и украинцев, выехавших за границу, собирает Государственная пограничная служба Украины, тогда как Государственная служба статистики Украины использует эти административные данные для производства статистической информации о развитии туризма как вида экономической деятельности.

Для целей нашего исследования необходимо учитывать существование нескольких подходов к определению понятия региона Балтийского моря. Эти подходы основываются на разных критериях. Так, авторы [42, р. 10—11] выделяют географические, исторические, политические, экономические, социологические и правовые аспекты в качестве междисциплинарных критериев, которые могут применяться индивидуально или в некоторых комбинациях для определения границ региона Балтийского моря. По мнению исследователей, РБМ можно рассматривать с узкой, расширенной и широкой точки зрения.

Согласно узкому определению к региону Балтийского моря принадлежат территории Швеции, Дании, Финляндии, Литвы, Латвии, Эстонии, а также прибрежные части России, Германии и Польши. Согласно расширенному — остальная часть Польши, большинство регионов России и Германии, Беларусь и Норвегия также находятся в регионе Балтийского моря. Широкое определение также включает в состав РБМ Исландию, некоторые территории России, Германии, Чехии, Словакии и Украины.

Несмотря на принятие в целом этой точки зрения, в этом исследовании, однако, вследствие ограниченного доступа к статистической информации регион Балтийского моря рассматривается как совокупность девяти стран, расположенных вдоль береговой линии Балтийского моря, а именно Дании, Эстонии, Латвии, Финляндии, Германии, Литвы, Польши, Российской Федерации и Швеции.

Для оценки влияния, которое оказывает безвизовый режим поездок в Шенгенскую зону на туристические потоки из Украины в страны Балтийского моря, был применен Т-критерий Вилкоксона, рассчитанный с помощью программы *SPSS Statistics*. Выбор этого непараметрического теста обоснован необходимостью сравнения данных за два года (до и после введения безвизового режима) — две связанные выборки, а также небольшим объемом этих выборок и отсутствием нормальности в данных.

Нулевая гипотеза состоит в том, что медианная разница между парами наблюдений равна нулю. В нашем случае нулевая гипотеза была сформулирована следующим образом: «разницы в количестве выезжающих из Украины туристов в страны региона Балтийского моря до и после введения безвизового режима нет».

Линейный коэффициент «абсолютных» структурных сдвигов за n периодов был использован для сводной оценки изменений в структуре туристических потоков между Украиной и странами региона Балтийского моря. Он был рассчитан следующим образом:

$$\overline{\Delta}_{d_1-d_0}^{(n)} = \frac{\sum_{i=1}^k |d_{in} - d_{i1}|}{k(n-1)}, \quad (1)$$

где d_i — доля определенного компонента в структуре, %; k — общее число компонентов структуры; n — общее количество периодов.

⁸ *Tourism statistics at regional level* // Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_at_regional_level (дата обращения: 03.09.2020).

Соотношение R между въездными и выездными туристическими потоками рассчитано по формуле

$$R = \frac{\text{Количество выездных туристов}}{\text{Количество въездных туристов}}, \quad (2)$$

где $R = 1$ в том случае, если потоки выездного и въездного туризма сбалансированы, $R > 1$ в том случае, если объем выездного туризма превосходит объем въездного и наоборот.

Результаты и дискуссия

В 2019 году Индекс конкурентоспособности сферы путешествий и туризма охватывал 140 стран. На эти страны приходилось около 98 % мирового ВВП в сфере путешествий и туризма. Поскольку ТТСИ отражает позицию страны в рейтингах, возможно применять этот индекс для проведения межстранового анализа.

Германия, как показано на рисунке 1, является самой конкурентоспособной страной в регионе Балтийского моря в контексте путешествий и туризма: в 2013—2019 годах ее позиция была не ниже третьего места.

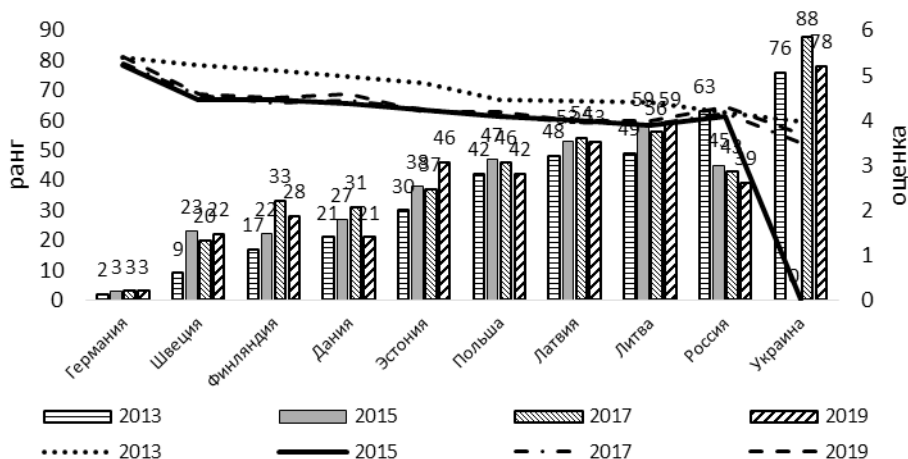


Рис. 1. Ранг⁹ и оценка Индекса конкурентоспособности сферы путешествий и туризма для стран региона Балтийского моря и Украины в 2013—2019 годах

Источник: составлено авторами на основе данных *The Travel & Tourism Competitiveness*. Отчеты 2013, 2015, 2017, 2019 годов.

При анализе рисунка 1 следует учитывать, что меньшее значение ранга страны предпочтительнее, поскольку оно соответствует ее более высокому положению в списке — страны с меньшими рангами находятся сверху.

Российская Федерация заметно улучшила свои позиции, поднявшись выше на 24 места — с 63-го в 2013 году до 39-го в 2019 году.

Дания и Польша преодолели период понижения рейтинга в 2015—2017 годах и сохранили свои позиции в 2019 году относительно 2013 года: 21-е и 42-е места со-

⁹ Ранг (rank) — позиция (порядковый номер) страны в списке стран (рэнкинге), упорядоченном по уменьшению значений определенного показателя (здесь — Индекса конкурентоспособности).

ответственно. Оценки остальных стран региона снизились. Наиболее значительное снижение отмечается у Эстонии — 46-е место в 2019 году, что на 16 позиций ниже, чем в 2013 году (30-е место).

Швеция и Финляндия входят в тройку наиболее конкурентоспособных стран региона, однако их рейтинги значительно снизились: Швеция опустилась на 13 позиций (с 9-го места в 2013 году до 22-го в 2019 году), а Финляндия — на 11 (с 17-го до 28-го).

Рейтинг Литвы также снизился, но только на 10 позиций (с 49-го на 59-е). Рейтинг Латвии продемонстрировал самое меньшее снижение в регионе Балтийского моря (с 48-го на 53-е).

Рейтинг Украины в 2019 году (78-е место) был примерно таким же, как и в 2013-м (76-е). Стоит отметить, что Украина не была представлена в глобальных рейтингах в 2015 году из-за недостатка данных¹⁰, однако в 2017 году ее позиция значительно снизилась — до 88-го места, что иллюстрирует высокую чувствительность туристов к социально-политической ситуации в стране, в которую они планируют поехать.

Количество украинцев, посетивших страны региона Балтийского моря, представлено в таблице 1. Очевидно, что регион очень популярен у украинских путешественников: общее их количество за 2012—2019 годы составило 111 186 672 человека. При этом общее число украинцев, которые путешествовали по миру, — 198 569 950 человек.

В 2012—2019 годах интенсивность украинского выездного туризма значительно изменилась. Литва продемонстрировала абсолютный рекорд среди стран региона Балтийского моря: количество туристов из Украины увеличилось более чем в 10 раз — с 8079 человек в 2012 году до 83 354 человек в 2019 году.

Стабильный рост числа украинских туристов (более чем в 7 раз) отмечается в Дании (в 7,058 раза) и Эстонии (в 7,884 раза). Кроме того, в 2019 году украинцы посетили Швецию в 4,813 раза и Латвию в 4,419 раза больше, чем в 2012 году.

Следует отметить, что исторически Эстония, Латвия и Литва имели большую туристическую привлекательность как направление внутреннего туризма в СССР. Очевидно, что и сейчас эти страны по-прежнему интересны украинским гражданам.

Общее количество выезжающих из Украины туристов в страны региона Балтийского моря увеличилось на 19,8%. Рост туристических потоков в Финляндию, Германию и Польшу был несколько выше уровня региона в целом и составил 47,9, 83,9 и 71,2% соответственно.

Примечательно, что Германия и Польша входят в тройку лидеров по количеству выездных украинских туристов. Мы рассматриваем этот факт как причину относительно небольшого их прироста для этих стран в 2012—2019 годах.

Российская Федерация стала исключением из общей тенденции, поскольку с 2014 года количество украинских туристов в эту страну сократилось. В 2014 году по сравнению с 2013 годом сокращение составило 1 469 085 человек, или 23,9%. Минимальное значение наблюдалось в 2019 году — 3 622 715 человек; это на 41,0% меньше, чем в 2013 году.

Общее количество украинцев, выехавших за границу, составило около 21,5 млн человек в 2012 году и почти 28,9 млн человек в 2019 году, что на 34,7% больше. Как видно на рисунке 2, графики общего числа выезжающих туристов и числа путешественников в регион Балтийского моря можно определить как сходные.

¹⁰ *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015* // World Economic Forum. Geneva. URL: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf (дата обращения: 20.08.2020).

Таблица 1

**Количество выезжающих из Украины туристов в страны региона Балтийского моря
в 2012—2019 годах, чел.**

Страна	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2012
Дания	10 117	60	5 619	66	100	6 351	38 556	71 402	7,058
Эстония	6 136	7 089	6 525	6 751	11 637	14 542	25 358	48 374	7,884
Финляндия	11 217	13 058	11 135	12 464	13 814	14 146	15 387	16 588	1,479
Германия	380 554	376 316	308 908	294 797	275 987	344 150	533 892	699 792	1,839
Латвия	22 895	21 335	21 620	29 534	39 235	54 831	78 791	101 184	4,419
Литва	8 079	16 767	22 611	28 559	57 639	54 867	64 094	83 354	10,317
Польша	5 765 184	6 991 778	7 657 021	9 505 713	10 111 086	9 990 978	10 000 507	9 871 675	1,712
Российская Федерация	5 941 305	6 140 406	4 671 321	4 080 414	3 859 820	4 376 423	4 162 697	3 622 715	0,610
Швеция	10 571	113	6 351	11 503	15 570	24 215	31 145	50 878	4,813
<i>Всего в РЕМ</i>	12 156 058	13 566 922	12 711 111	13 969 801	14 384 888	14 880 503	14 950 427	14 565 962	1,198
<i>Всего выезжающих</i>	21 432 836	23 761 287	22 437 671	23 141 646	24 668 233	26 437 413	27 810 892	28 879 972	1,347

Источники: Государственная пограничная служба Украины; Государственная служба статистики Украины.

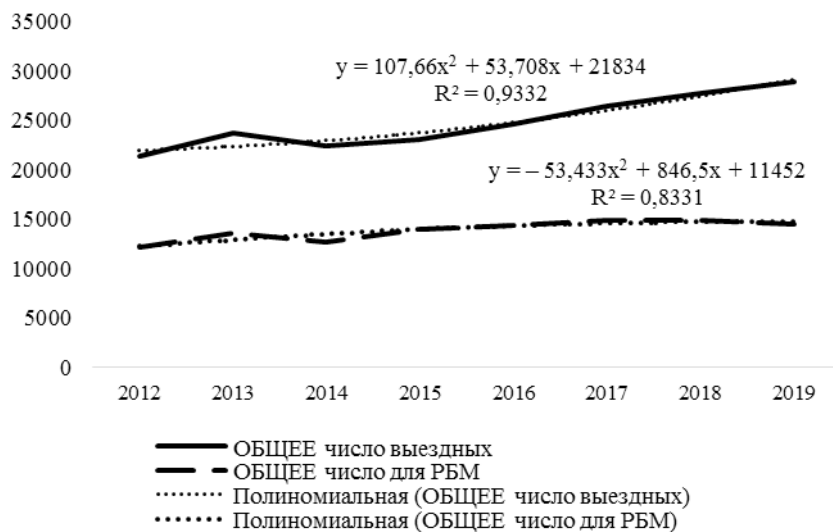


Рис. 2. Тенденции изменения потоков выездного туризма из Украины в 2012—2019 годах, тыс. человек

Источник: составлено авторами на основе таблицы 1.

Для описания наблюдаемых тенденций мы использовали полиномиальную функцию второй степени:

— для общего количества выезжающих туристов:

$$Y = 107,66x^2 + 53,708x + 21834,$$

то есть в период 2012—2019 годов общее количество украинцев, выезжающих за границу, ежегодно увеличивалось в среднем на 53,708 тыс. человек, а темпы ускорения роста в среднем составили 107,66 тыс. человек;

— для общего количества туристов, направляющихся в регион Балтийского моря:

$$Y = -53,443x^2 + 846,5x + 11452,$$

то есть в период 2012—2019 годов общее количество украинцев, посетивших регион Балтийского моря, ежегодно увеличивалось в среднем на 846,5 тыс. человек, но темпы замедления роста в среднем составили 53,443 тыс. человек.

Для оценки точности моделей мы использовали коэффициент детерминации R^2 , представленный на рисунке 2 для каждой модели.

Поскольку теоретическое значение коэффициента детерминации $R^2(2;5) = 0,699$ меньше, чем его расчетные значения для обоих уравнений, наши модели хорошо подходят для оценки данных. Однако применять эти модели для прогнозирования будущего числа украинских путешественников в сегодняшних обстоятельствах не имеет смысла, поскольку выявленные тенденции были нарушены в 2020 году пандемией COVID-19.

Наблюдались также различия в интенсивности темпа роста общего количества украинцев, выезжающих за границу и направлявшихся в регион Балтийского моря в 2012—2019 годах: общее число выезжающих из Украины туристов росло быстрее (на 4,4% ежегодно), чем количество выезжающих туристов в регион Балтийского моря (на 2,6% ежегодно), что повлекло за собой изменения в структуре туристических

потоков. В результате ускорения темпов роста общего числа выезжающих туристов и снижения количества туристов, направляющихся в регион Балтийского моря, доля посещений стран Балтийского моря среди количества всех поездок украинцев за границу снизилась на 6,3 процентных пункта — с 56,7% в 2012 году до 50,4% в 2019 году. При этом максимальное значение отмечено в 2015 году — 60,4%, то есть чуть менее двух третей украинских туристов совершили поездки в исследуемый регион (рис. 3). Но затем доля посещений стран РБМ стала снижаться, и в 2019 году была на 10 процентных пунктов меньше, чем в 2015 году.

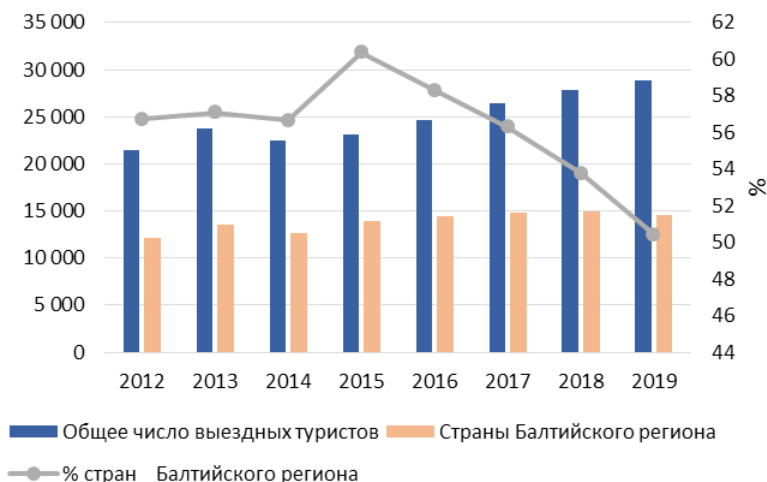


Рис. 3. Потоки выездного туризма из Украины и объем украинских визитов в страны региона Балтийского моря в 2012—2019 годов, тыс. человек

Источник: составлено авторами на основе таблицы 1.

Летом 2017 года граждане Украины получили право безвизового въезда в Шенгенскую зону. Все страны региона Балтийского моря, кроме Российской Федерации, являются странами Шенгенской зоны. Мы проанализировали, повлиял ли безвизовый режим на туристические потоки из Украины в страны Балтийского моря.

Применив Т-критерий Вилкоксона, мы не обнаружили статистически значимой разницы в количестве выезжающих из Украины туристов в страны региона Балтийского моря до и после введения безвизового режима. Ранее мы сравнивали данные за 2017 и 2016 годы (табл. 2). Учитывая р-значение (0,139), мы должны принять нулевую гипотезу.

Таблица 2

р-значение для Т-критерия Уилкоксона

Год	2017 к 2016	2018 к 2016	2019 к 2016	2018 к 2017
р-значение	0,139	0,066	0,374	0,110

Затем мы проанализировали данные за 2018 и 2016 годы, так как в 2017 году безвизовый режим действовал всего полгода. Полученный результат был аналогичным: поскольку р-значение равно 0,066, у нас не было причин отклонять нулевую гипотезу, так же, как и для других сравнений — 2018 года с 2017 годом и 2019 года с 2016 годом.

Таким образом, введение безвизового режима не оказало статистически значимого влияния на украинский выездной туризм. Как указывалось ранее, мы лишь можем отметить тенденцию к увеличению туристического потока из Украины в регион Балтийского моря в 2012—2019 годах.

Изменилась и структура потоков выездного туризма по странам региона Балтийского моря (рис. 4).

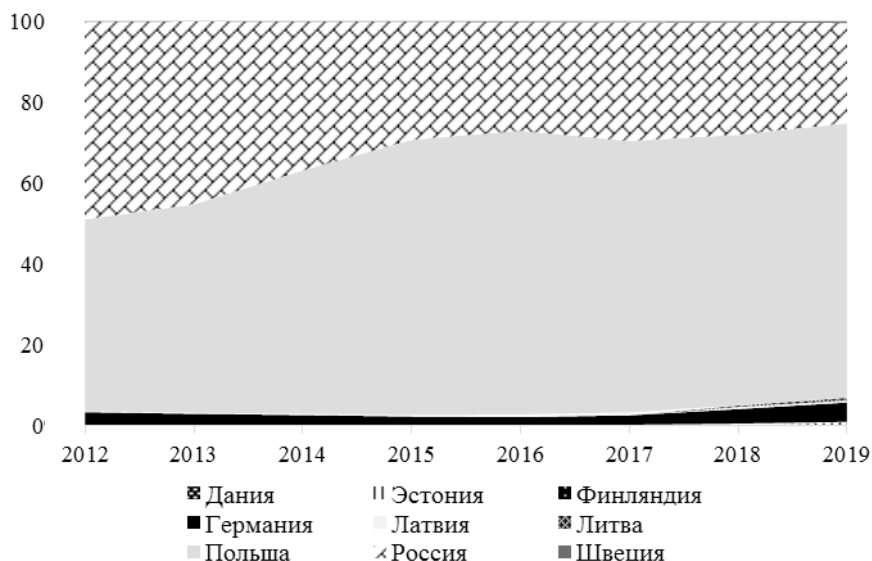


Рис. 4. Структура потоков выездного туризма из Украины в Балтийское море. Страны региона в 2012—2019 годов, %

Источник: составлено авторами на основе таблицы 1.

Основными дестинациями украинских туристов были Российская Федерация и Польша. Отметим, что доля посещений России снизилась на 24 процентных пункта (с 48,9 % в 2012 году до 24,9 % в 2019 году) и, напротив, доли посещений других стран выросли. Доля посещений Польши увеличилась больше всего — более чем на одну пятую (на 20,3 процентных пункта — с 47,4 % в 2012 году до 67,8 % в 2019 году). Доля посещений Германии выросла на 1,7 процентных пункта (с 3,1 % в 2012 году до 4,8 % в 2019 году); рост долей посещений остальных стран не превышал 1 процентный пункт.

Основной причиной структурных изменений стало сокращение количества въезжающих в Россию туристов из Украины: в 2019 году оно уменьшилось на 2 318 590 человек (или на 39,0 %) по сравнению с 2012 годом. Вместе с тем увеличилось число украинских туристов, посетивших РБМ в 2019 году, по сравнению с 2012 годом, в том числе возросло количество прибывающих в Польшу (на 4 106 491 человек, или 71,2 %) и Германию (на 319 238 человек, или 83,9 %). В результате мы наблюдаем перераспределение доли посещений Российской Федерации в пользу других стран региона Балтийского моря.

Линейный коэффициент «абсолютных» структурных изменений за исследуемый период равен 0,76 процентного пункта, то есть доля стран, которые посещают украинские туристы, в 2012—2019 годах изменялась в среднем на 0,76 процентных пункта ежегодно.

Въездной туризм в Украину был менее популярен, чем выездной: общее количество иностранных туристов в 2012—2019 годах составило 127 928 460 человек, в том числе 41 781 149 человек из стран Балтийского моря (табл. 3).

К сожалению, необходимо отметить, что после 2013 года туристический поток в Украину резко сократился (рис. 5) вследствие драматических событий новейшей украинской истории. Это касается общего количества туристов (оно снизилось на 48,5 % в 2014 году по сравнению с 2013 годом), а также туристов из стран региона Балтийского моря (уменьшилось на 69,1 %).

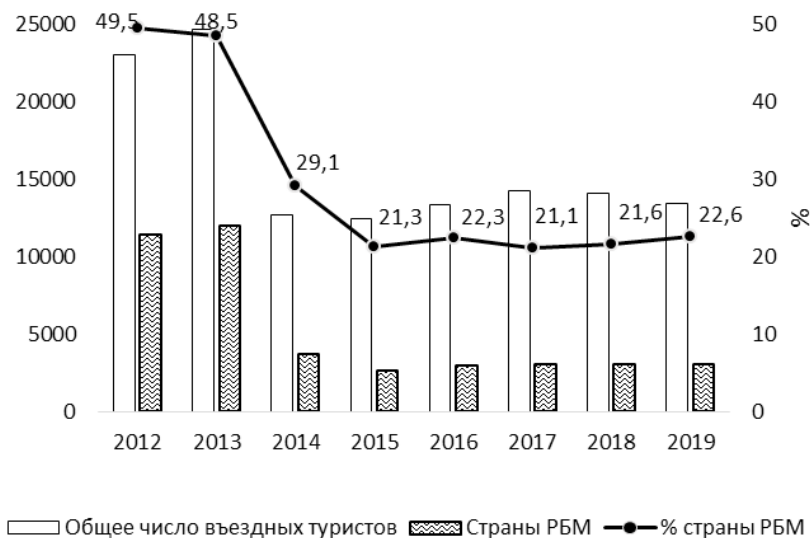


Рис. 5. Потоки въездного туризма в Украину и доля визитов в Украину из стран региона Балтийского моря в 2012—2019 годах, тыс. человек

Источник: составлено авторами на основе таблицы 3, с. 39.

Количество туристов из Российской Федерации в 2012 году было самым большим среди стран региона — более 9 526 695 человек (83,6 % от общего числа иностранных гостей). В 2019 году это было всего 1 386 643 человек (45,6 % от всего въездного туристического потока).

Таким образом, количество россиян, посетивших Украину, снизилось на 86,5 % за весь период 2012—2019 годов. Наибольшее снижение (на 77,0 %) произошло в 2014 году по сравнению с 2013 годом.

Число польских туристов менялось наименьшим образом в исследуемый период: 1 404 086 человек в 2012 году и 1 114 427 человек в 2019 году. Польша неизменно занимала второе место по количеству туристов в Украину.

Однако количество российских путешественников было в 6,8 и 8,2 раза больше по сравнению с числом польских туристов в 2012 и 2013 годах соответственно, тогда как в 2019 году это соотношение составляло всего 1,2. Для остальных стран региона, за исключением Германии и Швеции, показатели за 2019 год превышают показатели за 2012 год с диапазоном от 1,154 раза для Финляндии до 2,156 раза для Литвы.

Вышеуказанные изменения привели к более чем двукратному сокращению доли стран региона Балтийского моря в общем количестве туристов, прибывающих в Украину: с 49,5 % в 2012 году до 29,1 % в 2014 году, а затем до 22,6 % в 2019 году.

Таблица 3

**Количество въезжающих туристов из стран региона Балтийского моря в Украину
в 2012—2019 годах, чел.**

Страна	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2012
Дания	20 498	11 461	8 317	9 383	11 219	13 180	18 435	30 625	1,494
Эстония	19 812	19 456	8 731	10 865	15 759	21 313	26 196	27 782	1,402
Финляндия	10 832	10 308	4 567	7 522	9 306	10 733	11 252	12 499	1,154
Германия	274 073	253 318	131 244	154 498	171 118	209 447	237 266	269 271	0,982
Латвия	39 840	37 478	18 118	22 187	29 881	37 591	42 979	48 855	1,226
Литва	54 636	83 355	29 466	34 996	52 187	75 622	93 230	117 792	2,156
Польша	1 404 086	1 259 209	1 123 945	1 156 011	1 195 163	1 144 249	1 096 887	1 114 427	0,794
Российская Федерация	9 526 695	10 284 782	2 362 982	1 231 035	1 473 633	1 464 764	1 495 650	1 386 643	0,146
Швеция	40 777	17 542	10 610	14 706	20 126	24 554	30 038	34 136	0,837
<i>Всего из РБМ</i>	11 391 249	11 976 909	3 697 980	2 641 203	2 978 392	3 001 453	3 051 933	3 042 030	0,267
<i>Всего въезжающих</i>	23 012 823	24 671 227	12 711 507	12 428 286	13 333 096	14 229 642	14 104 087	13 437 792	0,584

Источники: Государственная пограничная служба Украины; Государственная служба статистики Украины.

Так, если в начале исследуемого периода примерно каждый второй турист приезжал в Украину из стран региона Балтийского моря, то в конце — только примерно каждый пятый.

Структура потоков въездного туризма из стран региона Балтийского моря изменилась более существенно по сравнению со сдвигами в структуре выездного туризма. Линейный коэффициент «абсолютных» структурных изменений за период 2012—2019 годов равен 1,21 процентного пункта, то есть доля иностранных посетителей из РБМ в Украину изменялась в среднем на 1,21 процентного пункта ежегодно за анализируемый период.

Основные изменения можно описать следующим образом: доля посетителей из Российской Федерации снизилась на 38,0 процентных пункта — с 83,6 % в 2012 году до 45,6 % в 2019 году (рис. 6).

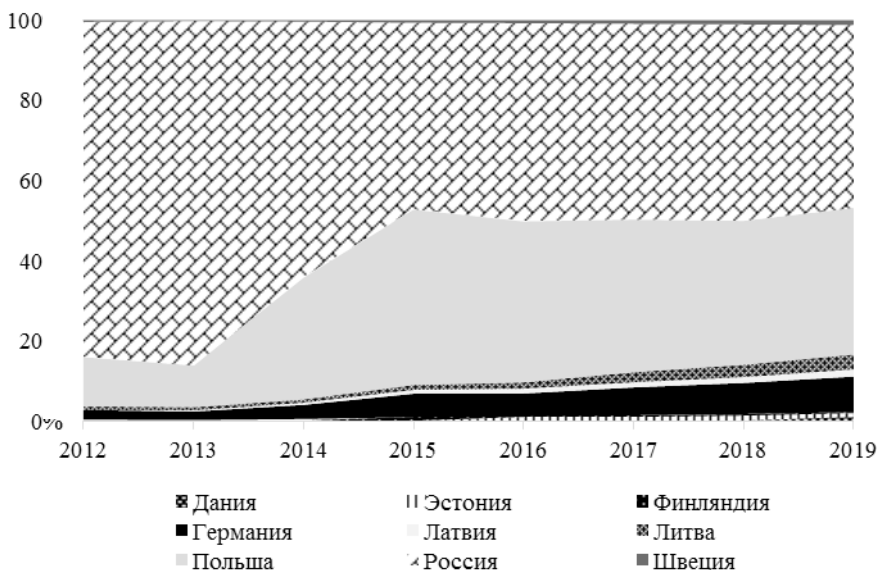


Рис. 6. Структура потоков въездного туризма в Украину из стран региона Балтийского моря в 2012—2019 годах, %

Источник: составлено авторами на основе таблицы 3.

Больше всего возросла доля Польши — на 24,3 процентных пункта — с 12,3 до 36,6 %; доля Германии выросла на 6,5 процентных пункта — с 2,4 до 8,9 %; доля Литвы — на 3,34 процентных пункта (или в 8,1 раза) в 2019 году по сравнению с 2012 годом.

Изменения в количестве прибывающих и отбывающих путешественников влияют на соотношение между выездным и въездным туристическими потоками (рис. 7).

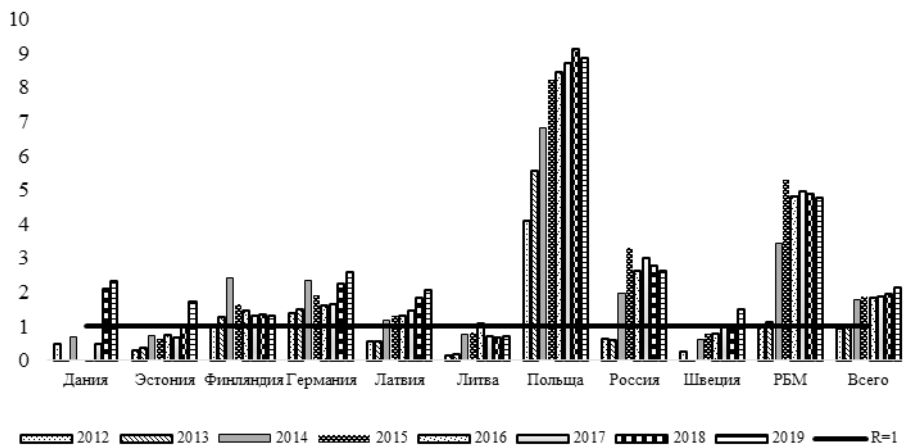


Рис. 7. Соотношение потоков выездного и въездного туризма в 2012—2019 годах

Источник: составлено авторами на основе таблиц 1 и 3.

В целом потоки путешественников, прибывающих в Украину и покидающих страну, можно считать достаточно сбалансированными в 2012 ($R = 0,931$) и 2013 годах ($R = 0,963$). С 2014 года ($R = 1,765$) мы можем наблюдать тенденцию к увеличению этого коэффициента, и в 2019 году количество выезжающих туристов превышало более чем в 2 раза ($R = 2,149$) число въездных путешественников.

Подобная ситуация была типична для стран региона Балтийского моря в целом, но с 2015 года исходящие потоки превышали входящие примерно в 5 раз. Это свидетельствует о высокой туристической привлекательности региона для граждан Украины.

Как видно из рисунка 7, наиболее сбалансированными были туристические потоки между Украиной и Литвой в 2014—2019 годах (R варьировалось от 0,767 в 2014 году до 1,104 в 2016 году и затем до 0,708 в 2019 году), между Эстонией в 2014—2018 годах (от 0,747 в 2014 году до 0,968 в 2018 году) и Швецией в 2015—2018 годах (с 0,782 до 1,037 соответственно).

Ситуация с туристическими потоками между Украиной и Германией наиболее сходна с тенденциями путешествий украинцев по всему миру.

Поскольку количество поездок украинцев в Российскую Федерацию снизилось на 39% в 2019 году по сравнению с 2012 годом, а количество россиян, посетивших Украину в 2019 году, было на 85,4% меньше по сравнению с 2012 годом, соотношение между выездным и въездным туристическими потоками между этими странами увеличилось с 0,624 до 2,613. Максимальное значение R (3,315) наблюдалось в 2015 году.

Стоит подчеркнуть, что Польша является самой примечательной страной исследуемого региона с точки зрения сбалансированности туристических потоков. Это самая посещаемая украинцами страна с 2013 года (см. табл. 3, с. 39). В 2015—2019 годах украинцы посещали Польшу в 8—9 раз чаще, чем поляки Украину.

Статистические данные Государственной пограничной службы Украины позволяют анализировать туристические потоки в соответствии с целями визита, однако список целей у выезжающих и въезжающих туристов разный. В первом случае (для выезжающих) отмечены только деловые поездки, организованный туризм и частные посещения (рис. 8).

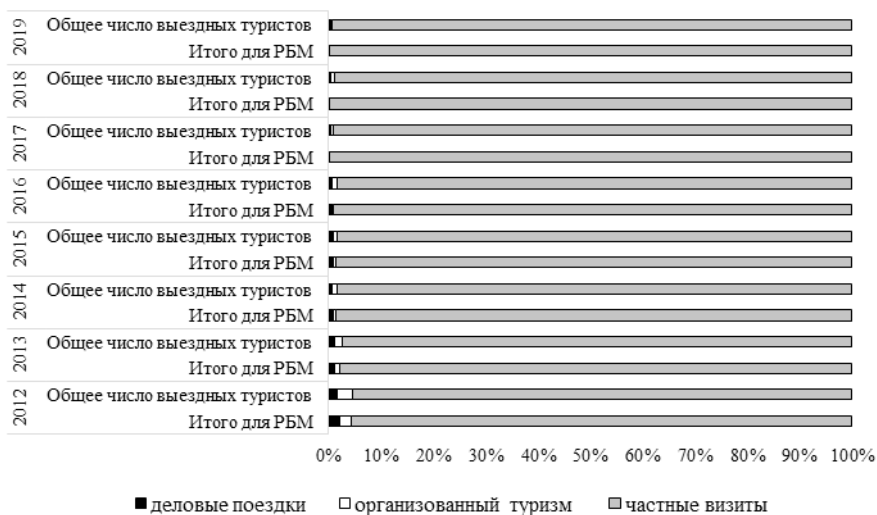


Рис. 8. Структура потоков выездного туризма из Украины в страны региона Балтийского моря по целям визита в 2012—2019 годах, %

Источники: Государственная пограничная служба Украины; Государственная служба статистики Украины.

Полный перечень всех возможных целей для въезжающих туристов следующий: деловые поездки; организованный туризм; частные посещения; образование; трудоустройство; иммиграция; посещение культурных мероприятий, посещение спортивных мероприятий, религиозные путешествия и др. (рис. 9).

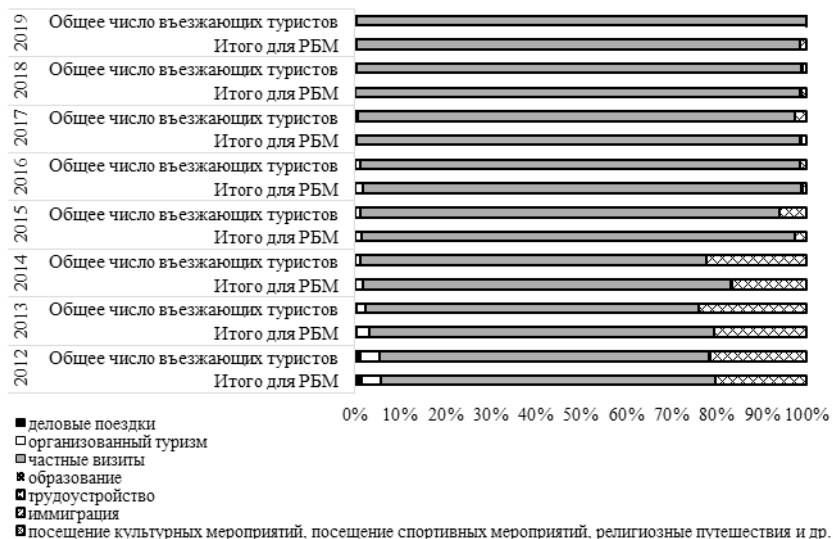


Рис. 9. Структура потоков въездного туризма в Украину из стран региона Балтийского моря по целям визита в 2012—2019 годах, %

Источники: Государственная пограничная служба Украины; Государственная служба статистики Украины.

Как мы можем видеть, частный визит как цель поездки наиболее популярен как у украинских, так и у иностранных путешественников, тогда как организованный туризм в качестве причины посещения указывается редко: для украинцев — в течение всего периода; для иностранцев из региона Балтийского моря — с 2014 года и особенно после 2016 года (на этот вид приходится более 96 % визитов).

Культурные и спортивные мероприятия, а также религиозные и другие цели были важным компонентом в структуре потоков въездного туризма, но с 2015 года их доля значительно сократилась. Максимальной она была в 2013 году: имели такую цель визита 23,7 % всех въезжающих туристов и 20,3 % от численности всех путешественников из стран региона Балтийского моря.

В предыдущие годы туризм был процветающей отраслью, и рост объемов туристических потоков даже привел к возникновению овертуризма, что оказывало отрицательное воздействие на дестинации. Но эта долгосрочная тенденция роста была прервана пандемией COVID-19. Сегодня индустрия туризма оказалась наиболее пострадавшим сектором экономики во всем мире, поэтому всем странам необходимо реорганизовать туристическую сферу, чтобы возобновить потоки туристов в новых условиях.

Выводы

В последние десятилетия сфера туризма внесла большой вклад в экономику, культуру и процветание общества. Но ее развитие вызывает противоречивые мнения: с одной стороны, эта сфера стимулирует экономическую активность, поддерживает устойчивость, создает рабочие места и обеспечивает приток финансовых средств для принимающих сообществ. С другой — она является причиной экологических и социальных проблем.

Несмотря на потенциальные проблемы, высокоразвитая туристическая сфера способствует повышению конкурентоспособности страны. В этом контексте страны региона Балтийского моря, практикующие стратегический подход к развитию туризма, вполне конкурентоспособны на глобальном и региональном уровнях.

Согласно Индексу конкурентоспособности сферы путешествий и туризма Германия, Швеция и Финляндия были самыми конкурентоспособными странами в регионе Балтийского моря в сфере путешествий и туризма в 2013—2019 годах. Дания и Польша сохранили свои позиции на конец рассматриваемого периода по сравнению с 2013 годом.

Российская Федерация улучшила свои позиции, поднявшись на 24 позиции, — если в 2013 году ее рейтинг был самым низким (63-е место) в регионе, то в 2019 году он стал выше (39-е место) по сравнению с Эстонией (46-е место), Польшей (42-е место), Латвией (53-е место) и Литвой (59-е место).

Анализ въездных и выездных потоков международного туризма предоставляет важную информацию для принятия правительственных и деловых решений относительно управления дестинациями.

Регион Балтийского моря очень привлекателен для украинских туристов. Количество украинцев, посетивших его, увеличилось почти на 20 % в 2019 году по сравнению с 2012 годом, однако мы не обнаружили статистически значимых доказательств того, что это увеличение стало результатом введения безвизового въезда в Шенгенскую зону.

Выездной туризм в Украине более развит, чем въездной. В настоящее время Польша является самой посещаемой украинцами страной в регионе. Наибольший рост количества туристов из Украины отмечается в Литве, Эстонии и Дании.

После 2013 года туристический поток в Украину резко снизился, особенно из Российской Федерации. Это повлияло на размер и структуру туристических потоков между Украиной и регионом Балтийского моря в целом. Несмотря на спад, объем въездного туризма из Российской Федерации остается самым большим. Польша и Германия занимают второе и третье места соответственно.

Частные визиты — основная цель путешествий как для украинских, так и для иностранных туристов.

Все выявленные тенденции изменений в туристических потоках были прерваны в 2020 году из-за пандемии COVID-19. По данным ЮНВТО, этот год стал для международного туризма худшим за всю историю.

Туризм является одним из секторов, наиболее пострадавших от пандемии, основными негативными последствиями которой являются риск замедления прогресса в достижении целей устойчивого развития; угроза для сохранения биоразнообразия из-за снижения доходов от туризма; проблемы сохранения культурного наследия¹¹.

Восстановление туризма возможно не ранее, чем в среднесрочной перспективе.

Для достижения этой цели и преодоления негативного воздействия пандемии Украина и страны региона Балтийского моря, а также все государства мира должны использовать свой опыт и имеющийся значительный потенциал в сфере туризма для взаимовыгодного сотрудничества в будущем.

Список литературы

1. *Song H., Li G., Cao Z.* Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda // *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57, № 8. P. 999—1011. <https://doi.org/10.1177/0047287517734943>.
2. *Javid E., Katircioglu S.* The globalization indicators-tourism development nexus: a dynamic panel-data analysis // *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2017. Vol. 22, № 11. P. 1194—1205. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1378240>.
3. *Chung N., Han H., Joun Y.* Tourists' intention to visit a destination: The role of augmented reality (AR) application for a heritage site // *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 50. P. 588—599. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.068.3>.
4. *Chung N., Lee H., Kim J-Y., Koo C.* The Role of Augmented Reality for Experience-Influenced Environments: The Case of Cultural Heritage Tourism in Korea // *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57, № 5. P. 627—643. <https://doi.org/10.1177/0047287517708255.4>.
5. *Trunfio M., Campana S.* A visitors' experience model for mixed reality in the museum // *Current Issues in Tourism*. 2020. Vol. 23. № 9. P. 1053—1058. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1586847.5>.
6. *Guttentag D. A.* Virtual reality: Applications and implications for tourism // *Tourism Management*. 2010. Vol. 31, № 5. P. 637—651. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>.
7. *Navío-Marco J., Ruiz-Gómez L.M., Sevilla-Sevilla C.* Internet and Consumer behaviour in Travel and Tourism: A European Cross-National Analysis // *Journal of Reviews on Global Economics*. 2018. Vol. 7. P. 186—194. <https://doi.org/10.6000/1929-7092.2018.07.17.7>.
8. *Herdin T., Egger R.* Beyond the Digital Divide: Tourism, ICTs and Culture — a highly promising alliance // *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*. 2018. Vol. 2, № 4. P. 322—336. <https://doi.org/10.1504/IJDCET.2018.092182>.

¹¹ COVID-19 and Transforming Tourism // United Nations. URL: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf (дата обращения: 26.02.2021).

9. *Nayyar A., Mahapatra B., Nhuong Le D., Suseendran G.* Virtual reality (VR) & augmented reality (AR) technologies for tourism and hospitality industry // *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vol. 7, № 2.21. P. 156—160. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.21.11858>.
10. *Thees H., Erschbamer G., Pechlaner H.* The application of blockchain in tourism: use cases in the tourism value system // *European Journal of Tourism Research*. 2020. Vol. 26. URL: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/1933> (дата обращения: 31.08.2020).
11. *Magalhaes A. L., Andreoni B., Santos E. J., dos Cristina Y.* The economy of sustainable tourism // *International Journal of Environment and Sustainable Development*. 2014. Vol. 13, № 4. P. 395—407. <https://doi.org/10.1504/IJESD.2014.064964>.
12. *Suhel S., Bashir A.* The role of tourism toward economic growth in the local economy // *Economic Journal of Emerging Markets*. 2018. Vol. 10, № 1. P. 32—39. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol10.iss1.art4>.
13. *Du D., Lew A. A., Ng P. T.* Tourism and Economic Growth // *Journal of Travel Research*. 2016. Vol. 55, № 4. P. 454—464, doi: 10.1177/0047287514563167.
14. *Sofronov B.* The Development of the Travel and Tourism Industry in the World // *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*. 2018. Vol. 18, № 4. P. 123—137. doi: <https://doi.org/10.26458/1848>.
15. *Kropinova E. G.* Tourism and the Sustainable Development of the Baltic Sea Region // *Leal Filho W., Azul A., Brandli L. [et al.]. (eds.). Decent Work and Economic Growth. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Springer, Cham., 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71058-7_84-1.
16. *Studzieniecki T., Jakubowski A., Meyer B.* Transnational tourist destination management: a case study of the Baltic Sea Region // *Baltic Region*. 2020. Vol. 12, № 3. P. 127—146. <https://doi.org/10.5922/2078-8555-2020-3-8>.
17. *Gorina G., Barabanova V.* Marketing aspects of developing tourism services market in Ukraine & the Baltic countries // *Baltic Journal of Economic Studies*. 2019. Vol. 5, № 1. P. 39—47. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-1-39-47>.
18. *Zaitseva N. A., Kropinova E. G.* Problems and Prospects of Cross-Border Cooperation in Tourism between Russia and Europe // *Baltic region*. 2016. Vol. 8, № 3. P. 98—108. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2016-3-8>.
19. *Зайцева Н. А., Корнеевец В. С., Кропинова Е. Г. и др.* Влияние приграничных передвижений и обменов на диверсификацию экономики регионов трансграничного сотрудничества (на примере российско-польского приграничья) // *Региональные исследования*. 2016. № 3. С. 94—101.
20. *Kropinova E. G.* Cooperation between Russia and the EU in the field of innovative development of tourism: the case of the Lithuania — Poland — Russia cross-border cooperation programme // *Baltic region*. 2013. № 4. P. 48—57. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2013-4-5>.
21. *Rakhmanov A. B.* Tourism and the structure of attractiveness of the Baltic region metropolises // *Baltic region*. 2019. Vol. 11, № 2. P. 73—93. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2019-2-5>.
22. *Slyvenko V. A.* Influence of European integration processes on Baltic countries tourism market development // *The Bulletin of the Dnipropetrovsk University. Series: Management of Innovations*. 2014. № 3. P. 93—99. <https://doi.org/10.15421/191414>.
23. *Korsak R. V., Furtiy V. V.* The history of tourism in the Baltics (Estonia, Latvia, Lithuania) // *Hilea: scientific journal*. 2017. Vol. 118. P. 159—163.
24. *Chyr N., Zhukov S.* Economic analyses of tourism industry in the Baltic region (on the example of Estonia) // *Economic forum*. 2015. № 4. P. 107—118.

25. *Freude T.* Ecotourism and Sustainable Development // Leal Filho W., Azul A., Brandli L. [et al.]. (eds.). Decent Work and Economic Growth. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals. Springer, Cham, 2019. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71058-7_28-1.
26. *Dodds R., Butler, R.W. (eds.)*. Overtourism: Issues, Realities and Solutions. Berlin, 2019. <https://doi.org/10.1515/9783110607369>.
27. *Bouchon F., Rauscher M.* Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management // International Journal of Tourism Cities. 2019. Vol. 5, № 4. P. 598—619. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0080>.
28. *Gonzalez V.M., Coromina L., Galí N.* Overtourism: Residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity — Case study of a Spanish heritage town // Tourism Review. 2018. Vol. 73, № 3. P. 277—296. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2017-0138>.
29. *Amore A., Falk M., Adie B. A.* One visitor too many: assessing the degree of overtourism in established European urban destinations // International Journal of Tourism Cities. 2020. Vol. 6, № 1. P. 117—137. <https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2019-0152>.
30. *Geneidy S. E., Baumeister S.* The Carbon Footprint of Volunteer Tourism // European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation. 2019. Vol. 9, № 2. P. 15—25. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2019-0010>.
31. *Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F. et al.* The carbon footprint of global tourism // Nature Climate Change. 2018. Vol. 8, № 6. P. 522—528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>.
32. *Gössling S., Higham J.* The Low-Carbon Imperative: Destination Management under Urgent Climate Change // Journal of Travel Research. 2020. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287520933679> (дата обращения: 30.08.2020).
33. *Camilleri M.* Advancing the sustainable tourism agenda through strategic CSR perspectives // Tourism Planning & Development. 2014. Vol. 11, № 1. P. 42—56. <https://doi.org/10.1080/21568316.2013.839470>.
34. *Camilleri M. A.* Responsible tourism that creates shared value among stakeholders // Tourism Planning & Development. 2016. Vol. 13, № 2. P. 219—235. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1074100>.
35. *Garay L., Font X.* Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises // International Journal of Hospitality Management. 2012. Vol. 31, № 2. P. 329—337. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.013.35>.
36. *Coles T., Fenclova E., Dinan C.* Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda // Tourism Management Perspectives. 2013. Vol. 6. P. 122—141. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001>.
37. *Paskova M., Zelenka J.* How crucial is the social responsibility for tourism sustainability? // Social Responsibility Journal. 2019. Vol. 15, № 4. P. 534—552. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0057>.
38. *Oxenswärdh A.* Collective Learning towards Sustainable Tourism // Studia Periegetica. 2017. Vol. 2, № 2, P. 25—37.
39. *Buckley R.* Pandemic Travel Restrictions Provide a Test of Net Ecological Effects of Ecotourism and New Research Opportunities // Journal of Travel Research. 2020. <https://doi.org/10.1177/0047287520947812.39>.
40. *Jamal T., Budke C.* Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action // Journal of tourism futures. 2020. Vol. 6, № 2. P. 181—188. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2020-0014>.
41. *Gössling S., Scott D., Hall C. M.* Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // Journal of Sustainable Tourism. 2020. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>.
42. *Klemeshev A. P., Korneevets V. S., Palmowski T. et al.* Approaches to the Definition of the Baltic Sea Region // Baltic Region. 2017. Vol. 9, № 4. P. 4—20. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2017-4-1>.

Об авторах

Лариса Михайловна Сатыр, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой предпринимательства, торговли и биржевой деятельности, Белоцерковский национальный аграрный университет, Украина.

E-mail: larysa.satyr@btsau.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-0040-6863>

Руслана Павловна Задорожная, кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности, Белоцерковский национальный аграрный университет, Украина.

E-mail: ruslana.zadorozhna@btsau.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-1229-5611>

Леонид Иванович Стадник, кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности, Белоцерковский национальный аграрный университет, Украина.

E-mail: leonid.stadnik@btsau.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-9657-2350>

STATISTICAL ANALYSIS OF TOURISM FLOWS BETWEEN UKRAINE AND THE BALTIC SEA REGION COUNTRIES IN 2012–2019

L.M. Satyr

R.P. Zadorozhna

L.I. Stadnik

Bila Tserkva National Agrarian University
8/1 sq. Soborna, Bila Tserkva, 09117, Ukraine

Received 07 September 2020
doi: 10.5922/2079-8555-2021-2-2
© Satyr, L. M., Zadorozhna, R. P.,
Stadnik, L. I. 2021

This article explores the features and trends in inbound and outbound tourism flows between Ukraine and the Baltic Sea region (BSR) countries in 2012–2019. The research question is whether inbound or outbound tourism prevailed and how visa-free travel to

the Schengen Area affected the number of Ukrainians travelling to the Baltic Sea Region. Two data sources were used in the study. These are the Travel and Tourism Competitiveness Index of the World Economic Forum and data from the State Border Guard Service of Ukraine on the number of foreign citizens visiting Ukraine and the number of Ukrainians travelling abroad. The study employs the statistical methods of structural shifts analysis, time series analysis, and graphical visualization. The findings indicate that Ukrainian outbound tourism was growing steadily over the study period, whilst visa-free travel to the Schengen Area had no statistically significant impact on the number of outbound tourists from Ukraine to the BSR. Outbound tourism flow prevailed over inbound. The number of inbound tourists to Ukraine sharply declined after 2013 because of the socio-political situation in the country. The analysis reveals significant changes in inbound and outbound tourism flow structures. The COVID-19 pandemic is shown to be a critical factor influencing the current state and prospects of the tourism industry.

Keywords:

inbound tourism, outbound tourism, international tourism, Travel and Tourism Competitiveness Index, Baltic Sea Region, Ukraine, COVID-19

References

1. Song, H., Li, G., Cao, Z. 2018, Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda, *Journal of Travel Research*, vol. 57, no. 8, p. 999–1011. doi:10.1177/0047287517734943.
2. Javid, E., Katircioglu, S. 2017, The globalization indicators-tourism development nexus: a dynamic panel-data analysis, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 22, no. 11, p. 1194–1205. doi: 10.1080/10941665.2017.1378240.
1. Chung, N., Han, H., Joun, Y. 2015, Tourists' intention to visit a destination: The role of augmented reality (AR) application for a heritage site, *Computers in Human Behavior*, no. 50, p. 588–599. doi: 10.1016/j.chb.2015.02.068. 3.
1. Chung, N., Lee, H., Kim, J-Y., Koo, C. 2018, The Role of Augmented Reality for Experience-Influenced Environments: The Case of Cultural Heritage Tourism in Korea, *Journal of Travel Research*, vol. 57, no. 5, p. 627–643. doi: 10.1177/0047287517708255.4.
1. Trunfio, M., Campana, S. 2020, A visitors' experience model for mixed reality in the museum, *Current Issues in Tourism*, vol. 23, no. 9, p. 1053–1058. doi: 10.1080/13683500.2019.1586847.5.
6. Guttentag, D. A. 2010, Virtual reality: Applications and implications for tourism, *Tourism Management*, vol. 31, no. 5, p. 637–651. doi:10.1016/j.tourman.2009.07.003.
1. Navío-Marco, J., Ruiz-Gómez, L. M., Sevilla-Sevilla, C. 2018, Internet and Consumer behaviour in Travel and Tourism: A European Cross-National Analysis, *Journal of Reviews on Global Economics*, no. 7, p. 186–194. doi: 10.6000/1929-7092.2018.07.17.7.
8. Herdin, T., Egger, R. 2018, Beyond the Digital Divide: Tourism, ICTs and Culture — a highly promising alliance, *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, vol. 2, no. 4, p. 322–336. doi: 10.1504/IJDCET.2018.092182.
9. Nayyar, A., Mahapatra, B., Nhuong Le, D., Suseendran, G. 2018, Virtual reality (VR) & augmented reality (AR) technologies for tourism and hospitality industry, *International Journal of Engineering & Technology*, vol. 7, no. 2.21, p. 156–160. doi: 10.14419/ijet.v7i2.21.11858.

10. Thees, H., Erschbamer, G., Pechlaner, H. 2020, The application of blockchain in tourism: use cases in the tourism value system, *European Journal of Tourism Research*, no. 26, 2602, available at: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/1933> (Accessed 31 August 2020).
11. Magalhaes, A. L., Andreoni, B., Santos, E. J. dos and Cristina, Y. 2014, The economy of sustainable tourism, *International Journal of Environment and Sustainable Development*, vol. 13, no. 4, p. 395—407. doi: 10.1504/IJESD.2014.064964.
12. Suhel, S., Bashir, A. 2018, The role of tourism toward economic growth in the local economy, *Economic Journal of Emerging Markets*, vol. 10, no. 1, p. 32—39, doi: 10.20885/ejem.vol10.iss1.art4.
13. Du, D., Lew, A. A., Ng, P. T. 2016, Tourism and Economic Growth, *Journal of Travel Research*, vol. 55, no. 4, p. 454—464. doi: 10.1177/0047287514563167.
14. Sofronov, B. 2018, The Development of the Travel and Tourism Industry in the World, *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, vol. 18, no. 4, p. 123—137. doi: <https://doi.org/10.26458/1848>.
15. Kropinova, E. G. 2020, Tourism and the Sustainable Development of the Baltic Sea Region. In: Leal Filho, W., Azul, A., Brandli, L., Lange Salvia, A., Wall, T. (eds) *Decent Work and Economic Growth. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*, Springer, Cham. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-71058-7_84-1.
16. Studzieniecki, T., Jakubowski, A., Meyer, B. 2020, Transnational tourist destination management: a case study of the Baltic Sea Region. *Balt. Reg.*, vol. 12, no. 3, p. 127—146. doi: 10.5922/2078-8555-2020-3-8.
17. Gorina, G., Barabanova, V. 2019, Marketing aspects of developing tourism services market in Ukraine & the Baltic countries, *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 5, no. 1, p. 39—47. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-1-39-47>.
18. Zaitseva, N. A., Kropinova, E. G. 2016, Problems and Prospects of Cross-Border Cooperation in Tourism between Russia and Europe, *Balt. Reg.*, vol. 8, no. 3, p. 98—108. doi: 10.5922/2079-8555-2016-3-8.
19. Zaitseva, N. A., Korneevets, V. S., Kropinova, E. G., Kuznetsova, T. Yu., Semenova, L. V. 2016, Effect of cross-border movements and exchanges on the economic diversification of the cross-border cooperation regions (case for the Russian-Polish borderlands), *Regional studies*, vol. 3, no. 53, p. 94—101 (in Russ.).
20. Kropinova, E. G. 2013, Cooperation between Russia and the EU in the field of innovative development of tourism: the case of the Lithuania — Poland — Russia cross-border cooperation programme, *Balt. Reg.*, no. 4, p. 48—57. doi: 10.5922/2079-8555-2013-4-5.
21. Rakhmanov, A. B. 2019, Tourism and the structure of attractiveness of the Baltic region metropolises, *Balt. Reg.*, vol. 11, no. 2, p. 73—93. doi: 10.5922/2079-8555-2019-2-5.
22. Slyvenko, V. A. 2014, Influence of European integration processes on Baltic countries tourism market development, *The Bulletin of the Dnipropetrovsk University. Series: Management of Innovations*, no. 3, p. 93—99. doi: 10.15421/191414 (in Ukr.).
23. Korsak, R. V., Furtiy, V. V. 2017, The history of tourism in the Baltics (Estonia, Latvia, Lithuania), *Hilea: scientific journal*, no. 118, p. 159—163 (in Ukr.).
24. Chyr, N., Zhukov, S. 2015, Economic analyses of tourism industry in the Baltic region (on the example of Estonia), *Economic forum*, no. 4, p. 107—118 (in Ukr.).
25. Freude, T. 2019, Ecotourism and Sustainable Development. In: Leal Filho, W., Azul, A., Brandli, L., Özuyar, P., Wall, T. (eds) *Decent Work and Economic Growth. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*, Springer, Cham. doi: 10.1007/978-3-319-71058-7_28-1.
26. Dodds, R. Butler, R. W. (eds.) 2019, *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, Berlin, De Gruyter Oldenbourg, doi: 10.1515/9783110607369.

27. Bouchon, F., Rauscher, M. 2019, Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management, *International Journal of Tourism Cities*, vol. 5, no. 4, p. 598—619. doi: 10.1108/IJTC-06-2019-0080.

28. Gonzalez, V.M., Coromina, L., Galí, N. 2018, Overtourism: Residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity — Case study of a Spanish heritage town, *Tourism Review*, vol. 73, no. 3, p. 277—296. doi: 10.1108/TR-08-2017-0138.

29. Amore, A., Falk, M., Adie, B.A. 2020, One visitor too many: assessing the degree of overtourism in established European urban destinations, *International Journal of Tourism Cities*, vol. 6, no. 1, p. 117—137. doi: 10.1108/IJTC-09-2019-0152.

30. Geneidy, S.E., Baumeister, S. 2019, The Carbon Footprint of Volunteer Tourism, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, vol. 9, no. 2, p. 15—25. doi: 10.2478/ejthr-2019-0010.

31. Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F. et al. 2018, The carbon footprint of global tourism, *Nature Climate Change*, vol. 8, no. 6, p. 522—528. doi: 10.1038/s41558-018-0141-x.

32. Gössling, S., Higham, J. 2020, The Low-Carbon Imperative: Destination Management under Urgent Climate Change, *Journal of Travel Research*, available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287520933679> (accessed 30 August 2020).

33. Camilleri, M. 2014, Advancing the sustainable tourism agenda through strategic CSR perspectives, *Tourism Planning & Development*, vol. 11, no. 1, p. 42—56. doi: 10.1080/21568316.2013.839470.

34. Camilleri, M.A. 2016, Responsible tourism that creates shared value among stakeholders, *Tourism Planning & Development*, vol. 13, no. 2, p. 219—235. doi: 10.1080/21568316.2015.1074100.

1. Garay, L., Font, X. 2012, Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises, *International Journal of Hospitality Management*, vol. 31, no. 2, p. 329—337. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.013.35>.

36. Coles, T., Fenclova, E., Dinan, C. 2013, Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda, *Tourism Management Perspectives*, no. 6, p. 122—141. doi: [dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001).

37. Paskova, M., Zelenka, J. 2019, How crucial is the social responsibility for tourism sustainability? *Social Responsibility Journal*, vol. 15, no. 4, p. 534—552. doi: 10.1108/SRJ-03-2018-0057.

38. Oxenswärdh, A. 2017, Collective Learning towards Sustainable Tourism, *Studia Periegetica*, vol. 2, no. 2, p. 25—37.

39. Buckley, R. 2020, Pandemic Travel Restrictions Provide a Test of Net Ecological Effects of Ecotourism and New Research Opportunities, *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287520947812.

40. Jamal, T., Budke, C. 2020, Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action, *Journal of tourism futures*, vol. 6, no. 2, p. 181—188. doi: 10.1108/JTF-02-2020-0014.

41. Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. 2020, Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 29, no. doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.

42. Klemeshev, A.P., Korneevets, V.S., Palmowski, T., Studzieniecki, T., Fedorov, G.M. 2017, Approaches to the Definition of the Baltic Sea Region, *Balt. Reg.*, vol. 9, no. 4., p. 4—20. doi: 10.5922/2079-8555-2017-4-1.

The authors

Prof. Larysa M. Satyr, Head of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activity, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine.

E-mail: larysa.satyr@btsau.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0040-6863>

Ruslana P. Zadorozhna, Associate Professor, Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activity, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine.

E-mail: ruslana.zadorozhna@btsau.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1229-5611>

Leonid I. Stadnik, Associate Professor, Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activity, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine.

E-mail: leonid.stadnik@btsau.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5074-7976>
