

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

MAIN INDICATORS OF DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE

Краснодєд Т.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Попова Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Krasnoded Tatiana

Tavria State Agrotechnical University named after Dmytro Motornyi

Popova Tetiana

Tavria State Agrotechnical University named after Dmytro Motornyi

Розвиток туристично-культурного сервісу сьогодні набуває глобальних масштабів. І в Україні зростання багатьох показників розвитку підприємств туристичної галузі достатньо високі, незважаючи на існуючі сьогодні об'єктивні бар'єри до подорожей. Країна має всі природні та економічні передумови для розвитку туризму, передусім внутрішнього та в'їзного. Наявність існуючих ресурсів створює могутній туристичний потенціал. Водночас для визначення туристського потенціалу України важливо мати уявлення про її місце на світовому ринку відповідних послуг. У статті подано результати дослідження основних показників розвитку туристичної галузі України. Здійснено огляд її туристичних потоків. Охарактеризовано обсяги експорту-імпорту основних категорій послуг, пов'язаних із туристичною діяльністю. Здійснено прогнозування показників експорту-імпорту послуг з туризму та відпочинку. Запропоновано напрями та конкретні заходи розвитку вітчизняної туристської індустрії з урахуванням потенціалу України.

Ключові слова: туризм, туристи, туроператори, турагенти, туристські послуги, туристична індустрія, експорт-імпорт туристських послуг.

Развитие туристско-культурного сервиса сегодня приобретает глобальные масштабы. И в Украине многие показатели развития предприятий туристической отрасли достаточно высоки, несмотря на существующие сегодня объективные барьеры для путешествий. Страна имеет все природные и экономические предпосылки для развития туризма, в первую очередь внутреннего и въездного. Наличие существующих ресурсов создает мощный туристический потенциал. В то же время для определения туристического потенциала Украины важно иметь представление о ее месте на мировом рынке соответствующих услуг. В статье представлены результаты исследования основных показателей развития туристической отрасли Украины. Осуществлен обзор ее туристических потоков. Охарактеризованы объемы экспорта-импорта основных категорий услуг, связанных с туристической деятельностью. Осуществлено прогнозирование показателей экспорта-импорта услуг туризма и отдыха. Предложены направления и конкретные меры развития отечественной туристической индустрии с учетом потенциала Украины.

Ключевые слова: туризм, туристы, туроператоры, турагенты, туристические услуги, туристическая индустрия, экспорт-импорт туристских услуг.

The tourism industry and socio-cultural services are now successfully and rapidly developing worldwide. The growth rate of the main economic indicators of the development of tourism enterprises is comparatively high despite the current objective travel barriers. These trends are also typical for Ukraine. The country has all the natural and economic prerequisites to develop tourism, primarily its domestic and inbound types. The availability of natural, recreational, historical, cultural, social and labour resources make for powerful tourism potential. Therefore, the study of economic issues of the tourism development, directions of tourist flows, and the capability of existing tour-

ism enterprises to meet the needs of domestic and foreign tourists is an important area of research. Meanwhile, to assess the tourist potential of Ukraine, it is crucial to determine its position on the global market. At the present stage, given that there are some difficulties for domestic tourism enterprises to be competitive in the world market, the internal tourism opportunities can be efficiently used. The article reviews current research in global tourism and the ways to develop the domestic tourism industry. The results of research in several aspects of the tourist sector of Ukraine are presented. The dynamics of the main indicators of the tourist industry in the country for the last several years are characterized. The dynamics and structure of the tourist flows served by domestic tour operators and travel agents depending on the purpose of travel are analysed. The main trends in inbound and outbound tourism along with indicators of the number of tourists not served by domestic tour operators and travel agents are described. The volumes of export-import of tourist services in Ukraine are characterized. Using economic and statistical research methods, the volume of services related to travelling and cultural-recreational activities was forecasted in monetary and percentage terms for the next three years. The article proposes directions and specific measures for the development of the domestic tourism industry, taking into account the natural, economic, historical and cultural potential of Ukraine.

Key words: tourism, tourists, touroperators, travel agents, tourist services, tourist industry, export and import of tourist services.

Постановка проблеми. На сучасному етапі вітчизняним підприємствам туристичної індустрії досить важко конкурувати на світовій арені, проте внутрішні туристські можливості можна використовувати з високою ефективністю. Україна має достатній природно-кліматичний, історико-культурний та соціально-економічний туристичний потенціал для забезпечення туристських потреб як внутрішніх, так і зовнішніх відвідувачів. Є шанси зайняти конкурентні позиції на ринку міжнародного туризму, тому дослідження економічних питань в туристичній сфері і показників розвитку туристських можливостей країни є актуальним та своєчасним в умовах глобалізації туристичного сектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика міжнародного туризму, у тому числі участі України на світовій арені туристських послуг, цікавить багатьох науковців, у числі яких як теоретики, так і практики. Актуальні питання розглянуто в роботах таких дослідників, як М.А. Жукова [1], Е.Н. Ільїна [2], В.Ф. Кифяк [3], О.О. Компліченко [4], І.З. Криховецький [5], М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич, О.Ю. Бордун [6; 7], Л.В. Марценюк [8], В.М. Мацука [9], М.В. Харічева [11], І.М. Школа [12] та багатьох інших авторів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас в контексті розвитку туристичної індустрії України питання експортно-імпортних відносин щодо різних категорій туристських послуг та головних складників конкурентоспроможності на світовому туристському ринку досліджено недостатньо.

Постановка завдання. Головною метою дослідження є характеристика основних показників розвитку сучасної туристичної індустрії України та обґрунтування її перспектив на ринку міжнародного туризму з використанням інструментів прогнозування у сфері експортно-імпортних відносин.

Виклад основного матеріалу дослідження. З економічного погляду зору розвиток туристичної індустрії характеризують такі показники, як:

– кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України: в'їзних (іноземних туристів), виїзних (туристів – громадян України, які виїжджали за кордон), внутрішніх;

– кількість громадян України, які виїжджали за кордон, але не обслуговувалися при цьому туроператорами та турагентами України;

– кількість іноземців, які відвідали Україну, але не обслуговувалися туроператорами та турагентами України;

– обсяги експорту та імпорту туристських послуг тощо.

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України (за видами туризму), а саме юридичними особами та фізичними особами – підприємцями, а також туристичні потоки, які обслуговувалися іноземними туроператорами та турагенствами, відображують дані табл. 1.

За 2012–2019 рр. серед загальної кількості туристів, що обслуговувалися туроператорами і турагенствами України, основну питому вагу займають виїзні туристи – 82,0%. Найменша частина – в'їзні туристи (2,9%). На внутрішніх туристів припадає, відповідно, 15,1%. Ситуація з виїзним туризмом пояснюється декількома причинами. По-перше, більшість українців потребує туристських вражень, не пов'язаних із наявними туристичними ресурсами України. Певна частина достатньо добре ознайоmlена з вітчизняними туристичними дестинаціями країни або зацікавлена мандрями та новими екзотичними відчуттями. Водночас цінова політика та політика якості розвинутих туристичних курортів інших країн мають оптимальніше, ніж в Україні, співвідношення «ціна – якість». Слід також відзначити, що часто рівень вітчизняного соціально-культурного сервісу не влаштовує українців із високим або вище середнього рівнем доходу. Здебільшого із цих причин і багато іноземців не бажають відвідувати українські курорти та знакові історичні пам'ятки. Окрім того, економіко-політичні події 2014 р. та відповідні кризові тенденції в межах країни значно вплинули на показник в'їзного та інших видів туризму. Далі, незважаючи

Туристичні потоки України, тис осіб

Період	Кількість туристів, обслугованих туроператорами і турагентами України				Кількість громадян, що не обслуговувалися туроператорами та турагентами України	
	Всього, в т.ч.	в'їзних	виїзних	внутрішніх	громадяни України, які виїжджали за кордон	іноземці, які відвідали Україну
2012	3001	270	1957	774	21433	23013
2013	3454	232	2519	703	23761	24671
2014	2425	17	2085	323	22438	12712
2015	2019	15	1647	357	23142	12428
2016	2550	35	2061	454	24668	13333
2017	2806	39	2290	477	26437	14230
2018	4557	76	4024	457	-	-
2019	6132	87	5525	520	-	-
Середнє за весь період	3368	96,4	2763,5	508,1	23646,5	16731,2
2019 рік у % до 2012	204,33	32,22	282,32	67,18	-	-
2019 рік у % до 2018	134,56	114,47	137,30	113,78	-	-

Інформація подана без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: дані Державної служби статистики України та власні розрахунки авторів на основі [13; 15]

на зазначені диспропорції в структурі загальної кількості туристів, тенденція до її зростання має чітко позначений характер (за деяким винятком). Тобто молода індустрія туризму в Україні динамічно розвивається, але не такими швидкими темпами, як на деяких туристичних азіатських та європейських територіях.

На думку авторів, наведена статистична інформація не зовсім відображує реальну картину та має ймовірність відхилення за рахунок показника внутрішнього туризму. Це можна пояснити тим, що даний вид туризму здійснюється в межах країни її громадянами і переміщення туристів (наприклад, власним автотранспортом до сусіднього курортного містечка чи в контексті ділового туризму маршрутним транспортним засобом) не фіксуються державними органами на відміну від в'їзного та виїзного видів туризму. Але мандрівники при цьому продовжують уважатися туристами. Тобто реальна кількість внутрішніх туристів та загальна їх кількість в Україні ймовірно більше, особливо сьогодні, в умовах пандемії вірусного захворювання COVID-19, коли багато кордонів до зарубіжних країн періодично зачиняються.

Тенденція щодо кількості туристів, які не обслуговувалися туроператорами та турагентами України, за 2012–2017 рр. має аналогічний характер – зростання кількості виїжджаючих туристів (на 23,3%) та зменшення в'їзних іноземних відвідувачів (на 38,2%).

Слід зазначити, що найбільше за аналізований період громадяни України відвідували такі

країни, як Польща, Росія, Угорщина, Молдова, Білорусь, Туреччина, Румунія, Словаччина, Єгипет, Німеччина, Італія, Об'єднані Арабські Емірати та Ізраїль. Водночас Україну відвідали іноземні громадяни переважно Молдови, Білорусі, Росії, Польщі, Угорщини, Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю, Німеччини, США та Азербайджану.

На рис. 1 наведено дані щодо кількості туристів, які обслуговувалися вітчизняними туроператорами та турагентами, вирівняні за рівняннями прямої та параболи другого порядку.

Для визначення параметрів рівняння ряду використано метод найменших квадратів із побудовою лінійного та параболічного трендів [10].

Отже, тенденція на графіку описана рівняннями:

$$y = 3368 + 388,34 t \text{ (лінійний тренд);}$$

$$y = 2457,52 + 388,34 t + 257,83 t^2 \text{ (парабола другого порядку),}$$

де a_0 , a_1 , a_2 – параметри многочленів (a_1 – швидкість зростання, a_2 – прискорене зростання, a_0 – рівень ряду за t_0);

t – незалежна змінна (час);

n – кількість членів ряду.

Важливими показниками розвитку туристичної діяльності країни на внутрішньому та світовому ринку туристських послуг є обсяги їх експорту та імпорту. Їх необхідно аналізувати, обговорюючи подальші перспективи України на світовому ринку туризму. Головними туристськими послугами є послуги, пов'язані з подорожами та послуги у сфері культури та відпочинку.

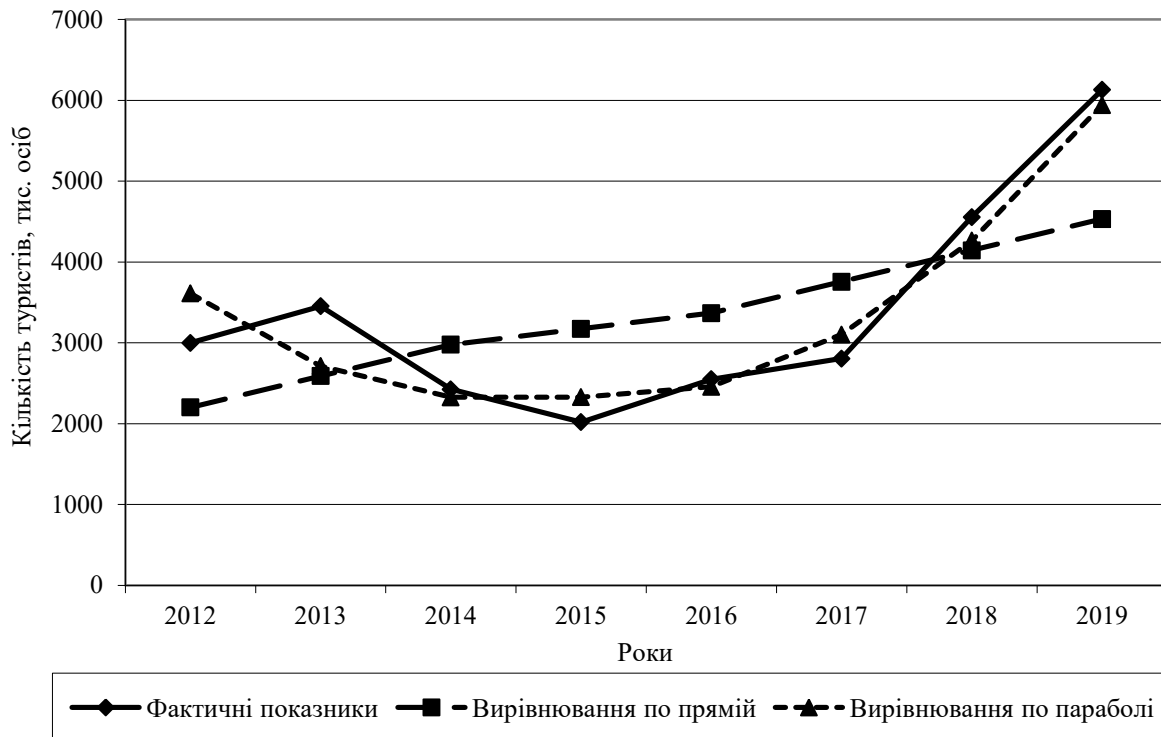


Рис. 1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, тис осіб

Джерело: дані Державної служби статистики України та власні розрахунки авторів

Згідно з довідником КЗЕП (це технічний інструмент для впорядкування статистичної інформації щодо експорту-імпорту послуг для зовнішньоторговельного та платіжного балансів України), послуги, пов'язані з подорожами, охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або споживання третьою особою. Вони охоплюють перебування будь-якої тривалості за умови, що не відбувалася зміна резидентної приналежності. Сюди відносяться послуги з проживання, витрати на продукти харчування та напої, витрати на транспортне обслуговування на території країни відвідування (споживання яких здійснюється на території країни-виробника). Також включаються витрати на подарунки, сувеніри та будь-які інші предмети, придбані для особистого користування приїжджими, які можуть бути вивезені з відвідуваної країни. Включаються куплені нерезидентом або надані нерезиденту під час подорожі товари і послуги для власного користування або подарунки, які за інших обставин можна було б віднести до інших груп, такі як поштові послуги, телекомунікаційні послуги та транспорт. Сюди також включаються транспортні послуги, надані в межах країни відвідування, коли такі послуги надаються транспортними компаніями-резидентами такої країни, за винятком міжнародних пасажирських перевезень, які входять до розділу «Послуги пасажирського транспорту».

Обсяги експорту послуг, пов'язаних із подорожами, сильно перевищують обсяги експорту культурно-рекреаційних послуг, пов'язаних із відпочинком внутрішніх та зовнішніх туристів. У 2019 р. це перевищення було у понад 15,5 рази, а в 2013 р. – у 8,9 рази. Таке положення повною мірою можна віднести і до імпорту цих послуг. Так, у цих же роках перевищення імпорту послуг подорожі над культурно-рекреаційними було в 83,2 рази та 2,6 разів відповідно.

Тобто як на світовому ринку туризму, так і на внутрішньому послуги, пов'язані з подорожами, є більш затребуваними, ніж рекреаційні та культурні. Про це свідчать як обсяги їх купівлі-продажу Україною у грошовому вимірі, так і питомі частки їх експорту-імпорту в загальній структурі зовнішньої торгівлі послугами по країні. За 2013–2019 рр. частка експорту послуг, пов'язаних із подорожами, в загальному обсязі експорту послуг країни в середньому становила 2,68%, а частка культурно-рекреаційних послуг, пов'язаних із відпочинком, – 0,24%. Частка імпорту послуг, пов'язаних із подорожами, у загальному обсязі імпорту послуг країни в середньому за 2013–2019 рр. становила 11,51%, а культурно-рекреаційних послуг – 0,69%.

Інформаційні дані табл. 2 свідчать про відсутність чітко позначеної тенденції щодо зміни експорту та імпорту обох груп туристичних послуг. Спостерігається як зменшення, так і збільшення аналізованих показників у розрізі

семи років. За період із 2013 по 2019 р. загалом відбулося зменшення обсягів експорту послуг, як пов'язаних із подорожами, так і культурно-рекреаційних, пов'язаних із відпочинком, на 46,2% та 69,5% відповідно. Від початку періоду спостерігалось стрімке зменшення показників експорту, а під кінець – відбулося поступове їх зростання. Аналогічна тенденція спостерігалася і стосовно часток експорту цих груп послуг у загальному обсязі експорту послуг країни: на початку періоду вони зростали, а під кінець, навпаки, зменшувалися.

Тенденції щодо імпорту послуг, пов'язаних із подорожами, та культурно-рекреаційних послуг також мають різноспрямований характер. Так, загалом за аналізовані сім років імпорт перших збільшився на 73,1%, а других, навпаки, – зменшився на 94,7%. Проте, протягом усього періоду спостерігалися стрибки як до зростання, так і до зменшення імпорту в обох групах туристських послуг. Наприклад, у 2016 р. відбулося зменшення показника імпорту послуг, пов'язаних із подорожами, відносно попереднього 2015 р. на 12,2%, а в 2018 р. спостерігалось зростання імпорту культурно-рекреаційних послуг – на 207,5% відносно 2017 р.

Загалом зменшення експорту говорить про те, що Україна втрачає конкурентні переваги на світо-

вому ринку туризму, його зростання – відповідно, про те, що вона все ж намагається конкурувати за рахунок наявного туристичного потенціалу.

У контексті окреслення перспектив розвитку вітчизняної туристичної індустрії на арені світового ринку туристських послуг доречно поглянути на прогностичні тенденції експорту та імпорту основних категорій послуг, пов'язаних із туристичною діяльністю України, на 2020–2022 рр.

Обґрунтування можливості прогнозування експорту та імпорту основних категорій послуг, пов'язаних із туристичною діяльністю України, можна зробити з використанням методу екстраполяції на підставі середнього рівня ряду [10]. Для прогнозування методом екстраполяції використовувалася трендова модель, яка найбільш точно виявляє динаміку явищ. Розраховані прогностичні показники також свідчать про різноспрямований характер розвитку подій на поприщі експортно-імпортних відносин між головними суб'єктами світової туристичної індустрії – виробниками та споживачами туристичного продукту. Очікується як зростання, так і падіння показників експорту та імпорту послуг, що пов'язані з подорожами та культурно-рекреаційним відпочинком. Проте слід ураховувати, що прогнозування носить ймовірнісний характер і фактичні дані можуть відрізнятись в майбутньому від прогноз-

Таблиця 2

**Експорт-імпорт основних категорій послуг,
пов'язаних із туристичною діяльністю України, на початок року**

Рік	Послуги, пов'язані з подорожами				Культурні та рекреаційні послуги, пов'язані з відпочинком			
	Експорт		Імпорт		Експорт		Імпорт	
	млн дол. США	частка в загальному обсязі експорту послуг країни, %	млн дол. США	частка в загальному обсязі імпорту послуг країни, %	млн дол. США	частка в загальному обсязі експорту послуг країни, %	млн дол. США	частка в загальному обсязі імпорту послуг країни, %
Фактичні показники								
2013	555,1	4,1	572,2	8,5	62,7	0,5	223,4	3,3
2014	538,5	3,6	695,5	9,1	38,4	0,3	34,2	0,4
2015	228,0	2,0	681,0	10,7	31,3	0,3	10,2	0,2
2016	200,9	2,1	597,6	10,8	15,8	0,2	8,3	0,2
2017	205,2	2,1	603,2	11,3	10,8	0,1	6,7	0,1
2018	242,7	2,3	795,0	14,5	14,7	0,1	20,6	0,4
2019	298,9	2,6	990,4	15,7	19,1	0,2	11,9	0,2
Прогностичні інтервали показників								
2020	[318,977; 329,393]	[2,657; 2,713]	[700,060; 709,909]	[11,425; 11,603]	[26,928; 28,157]	[0,238; 0,247]	[42,390; 47,695]	[0,646; 0,724]
2021	[287,231; 295,164]	[2,465; 2,502]	[719,429; 728,480]	[11,867; 12,022]	[22,182; 22,857]	[0,203; 0,208]	[19,069; 20,056]	[0,305; 0,318]
2022	[254,234; 257,504]	[2,315; 2,333]	[723,513; 732,526]	[12,285; 12,416]	[20,006; 20,497]	[0,190; 0,195]	[17,027; 17,917]	[0,293; 0,306]

Джерело: дані Державної служби статистики України та власні розрахунки авторів на основі [14; 15]

них. На це впливає багато чинників, тим паче що йдеться про світовий ринок, та вітчизняні туроператори і турагенції сьогодні працюють в умовах коронакризи. За кількістю й якістю наявних туристичних ресурсів Україна має всі шанси для збільшення експорту даних послуг, а за рівнем реалізації ресурсного потенціалу, у тому числі і соціально-економічного, на жаль, навпаки, – до нарощування імпорту.

Висновки. Таким чином, показники розвитку туристичної індустрії України мають значну ймовірність поліпшення за умов реалізації певних туристично-економічних заходів.

Україна – аграрна країна, тому розвиток усіх видів сільського та зеленого туризму в інноваційному контексті є актуальною пропозицією для бізнесменів у галузі туристичної індустрії. Для цього є достатньо природних та економічних передумов у кожному регіоні.

Україна багата природно-рекреаційними ресурсами і потребує вкладання інвестицій для креативнішого й ефективнішого їх використання. Створення сучасних комплексних цікавих та затребуваних туристичних продуктів на основі світових туроператорських технологій потребує фінансових та інформаційно-інтелектуальних вкладень.

У країні з нереалізованим повною мірою туристичним потенціалом, як наша, існує

об'єктивна необхідність піднімати соціально-культурний сервіс. У межах нього не реалізовані в повному обсязі важелі гостинності (місцева дитяча анімація, національні фольклорні розважальні програми для відпочиваючих у туристських закладах розміщення, безкоштовні сувеніри та подарунки відвідувачам, посилення та реалізація санітарно-гігієнічних вимог у закладах розміщення в контексті підвищення соціально-культурного сервісу).

Посилення військово-політичної безпеки та соціально-економічного захисту туристів також потребує нормативного врегулювання та контролю з боку держави з метою їх підтримки в разі необхідності.

Водночас необхідне впровадження нормативно вдосконалених екологічних програм, оскільки соціальний ефект від перевищення туристичного впливу – це погіршення екології та руйнування історико-культурних пам'яток країни.

Отже, поліпшення перспектив України на світовому туристському ринку зумовлюється наявністю трьох складників на внутрішньому ринку туризму: пред'явлення споживачем об'єктивної вимоги до отримання якісної туристської послуги; створення турвиробником комплексного, креативного, відповідного своїй вартості туристичного продукту; ефективного сприяння держави розвитку якісного українського туризму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организаций. Москва : Финансы и статистика, 2006. 200 с.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник ; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Финансы и статистика, 2008. 241 с.
3. Кифяк В.Ф. Организация туристической деятельности в Украине. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
4. Компліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 8. Ч. 3. С. 75–79.
5. Криховецький І.З. Туристична індустрія України: стан, проблеми та перспективи розвитку. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права ім. Короля Данила Галицького*. 2011. № 3. С. 158–166.
6. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
7. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
8. Марценюк Л.В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник. Секція «Економічна теорія»*. 2015. № 3. С. 76–82.
9. Мацука В.М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Економіка»*. 2011. Вип. 1. С. 43–49.
10. Опря А.Т. Статистика (з програмованою формою контролю знань). Київ : Урожай, 1996. 448 с.
11. Харічева М.В. Напрями розвитку туризму в Україні. *Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Сучасна економічна наука: нові гіпотези, тенденції та перспективи розвитку»*, м. Луганськ, 25–30 листопада 2013 р. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/haricheva.htm (дата звернення: 25.02.2021).
12. *Менеджмент туристичної індустрії* : навчальний посібник / І.М. Школа та ін. ; за ред. проф. І.М. Школи. Чернівці, 2003. 596 с.
13. Україна в цифрах. 2013 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ, 2014. 240 с.
14. Державний комітет статистики України. Туризм. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm (дата звернення: 05.03.2021).
15. Державний комітет статистики України. Туристична діяльність в Україні. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm (дата звернення: 05.03.2021).

REFERENCES:

1. Zhukova M.A. (2006) *Industriya turizma: menedzhment organizatsiy* [Tourism industry: management of organizations]. Moscow: Finance and Statistics. (in Russian)
2. Il'ina Ye.N. (2008) *Turopereyting: organizatsiya deyatelnosti* [Touring: organization of activity]. Moscow: Finance and Statistics. (in Russian)
3. Kifyak V.F. (2003) *Organizatsiyaturistichnoi diyal'nosti v Ukraini* [Organization of tourist activity in Ukraine]. Chernivtsi: Books-XXI. (in Russian)
4. Komplichenko O.O. (2014) *Faktory rozvytku turystychnoi haluzi* [Factors of the tourism industry development]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences*, vol. 8, no. 3, pp. 75–79.
5. Krykhovetskyi I.Z. (2011) *Turystychna industriia Ukrainy: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku* [Tourism industry of Ukraine: state, problems and prospects of development]. *Scientific and information Bulletin of Danylo Halytskyi Ivano-Frankivsk University of Law*, no. 3, pp. 158–166.
6. Malska M.P. (2008) *Mizhnarodnyi turyzm i sfera posluh* [International tourism and service]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
7. Malska M.P., Bordun O.Yu. (2012) *Orhanizatsiia ta planuvannia diialnosti turystychnykh pidpriemstv: teoriia ta praktyka* [Organization and planning of tourist enterprises: theory and practice]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian)
8. Martseniuk L.V. (2015) *Problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini* [Problems and prospects of tourism development in Ukraine]. *Economic Bulletin. Section: Economic Theory*, no. 3, pp. 76–82.
9. Matsuka V.M. (2011) *Suchasni tendentsii ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini* [Modern trends and prospects of tourism development in Ukraine]. *Bulletin of Mariupol State University. Series: Economics*, vol. 1, pp. 43–49.
10. Opria A.T. (1996) *Statystyka: (z proqramovanoi formoiu kontroliu znan)* [Statistics: (with a programmed form of knowledge control)]. Kyiv: Urozhai. (in Ukrainian)
11. Kharicheva M.V. (2013) *Napriamy rozvytku turyzmu v Ukraini* [Directions of tourism development in Ukraine]. Proceedings of the *Suchasna ekonomichna nauka: novi hipotezy, tendentsii ta perspektyvy rozvytku: Vseukrainska naukovo-praktychna internet-konferentsiia (Ukraine, Luhansk, November 25-30, 2013 (electronic resource))*. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/haricheva.htm (accessed 25 February 2021).
12. Shkola I.M. (2003) *Menedzhment turystychnoi industrii* [Management of the tourism industry]. Chernivtsi. (in Ukrainian)
13. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy (2014) *Ukraina v tsyfrakh* [Ukraine in numbers – 2013]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.
14. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. *Turyzm* [Tourism] (electronic resource). Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm (accessed 5 March 2021).
15. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. *Turystychna diialnist v Ukraini* [Tourism activity in Ukraine] (electronic resource). Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (accessed 5 March 2021).