

В. К. Збарський,
д. е. н., професор,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID ID: 0000-0002-6114-8602
Д. В. Грибова,
к. е. н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
ORCID ID: 0000-0002-3270-2504

DOI: 10.32702/2306-6814.2020.5—6.11

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

V. Zbarsky,
Doctor of Economic Science, Professor, National University of Life
and Environmental Sciences of Ukraine
D. Gribova,
PhD in Economics, Associate Professor,
Dmytro Motorniy Tavria state agrotechnological university

CURRENT DIRECTIONS OF FUNCTIONING OF TOURISM IN UKRAINE

У статті досліджено сучасний стан та напрями розвитку туристичної галузі в Україні. Зазначено роль екологічних чинників у процесі забезпечення ефективного функціонування туристичного бізнесу. Обґрунтовано необхідність запровадження заходів щодо формування серед населення поведінкової моделі рекреаційного природокористування. Вона має бути спрямована на усвідомлення важливості дбайливого ставлення до навколишнього середовища в бізнесовій діяльності, а також в особистому житті. Вказується на факт існування великої проблеми в процесі формування іміджу України за кордоном. Зазначається, що державна стратегія та грошова підтримка практично не спрямовані на підвищення ефективності маркетингу країни для іноземців. Вказується, що уряду слід подбати про зниження непрямих податків у авіаційному та готельному бізнесі, що значно вплине на кількість туристичного прибуття в країну. Наголошується на особливому значенні інфраструктурного забезпечення надання туристичних послуг. Виділено такі напрями покращення конкурентоспроможності туризму в Україні: визнання туристичної галузі одним з пріоритетів держави; оптимізація системи нормативного забезпечення природокористування; розвиток інфраструктурного забезпечення.

The article investigates the current state and directions of tourism industry development in Ukraine. The role of environmental factors in the process of ensuring the efficient functioning of the tourism business is outlined. The necessity of introducing measures to form a behavioral model of recreational nature use among the population is substantiated. It should be aimed at recognizing the importance of caring for the environment in business as well as in personal life. The fact that there is a big problem in the process of forming the image of Ukraine abroad is pointed out. It is noted that the state strategy and financial support are practically not aimed at improving the country's marketing effectiveness for foreigners. It is stated that the government should take care to reduce indirect taxes in the aviation and hotel business, which will significantly affect the number of tourist arrivals in the country. The

importance of infrastructure for the provision of tourist services is emphasized. It is noted that with the right offer to tourists of all alternatives of accommodation, the level of differentiation of tourists increases, which in the future will positively affect the socio-economic development of the tourism industry. In order to establish the closeness of Ukraine's tourism potential with other countries and the similarity of competitive indicators, direct tourism factors were analyzed. It has been proven that Spain, France and Germany are the center of tourism in the peripheral structure of tourism, while Ukraine is the tourist periphery of Europe. The very low rate of arrival, due to the lack of continuous generation of organizational and marketing innovations in the tourism industry, causes a low share of cash inflows from the industry, compared with the leading countries. It is noted that potentially Ukraine has no worse factor potential than the leading countries. However, in reality, the neglect of this sector of the economy demonstrates a significant lag in the tourism potential of Ukraine from the potential of European landmarks. The following directions of improvement of competitiveness of tourism in Ukraine are highlighted: recognition of the tourism industry as one of the priorities of the state; optimization of the system of regulatory support of environmental management; development of infrastructure support.

Ключові слова: туристичний бізнес, інтегральний показник конкурентоспроможності, світовий рейтинг, рекреаційне природокористування" інвестиційна привабливість.

Key words: tourism business, integral competitiveness indicator, world rating, recreational nature management, investment attractiveness.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За сучасних умов функціонування національної економіки набувають особливої значущості питання забезпечення ефективного розвитку галузевих напрямів, пов'язаних із наданням соціальних послуг. Активізація таких видів діяльності, окрім іншого, позитивно впливає на стан регіонального бізнесу, уповільнює негативні демографічні тенденції на селі тощо. Однією з них є безпосередньо сфера туризму.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Слід відзначити, що проблематика розвитку туристичної галузі знайшла своє відображення в працях Л.В. Забуранної, С.В. Кальченко, В.А. Квартальнова та ін. Водночас, на нашу думку, потребують подальшого вивчення особливості сучасного рівня розвитку національної туристичної галузі.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — дослідження сучасного стану та специфіки функціонування вітчизняної сфери туризму.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Згідно з оцінкою в Україні у структурі державних пріоритетів туризм займає одне з останніх місць — інакше 92 позицію прокоментувати неможна. На фоні привілею вирішення політичних проблем країни це зрозуміло. Однак експерти Всесвітнього економічного форуму зазначають, що знають, як визначати дійсний інтерес уряду до туризму і якими насправді повинні бути ре-

альні дії для підтримки розвитку туристичної індустрії, навіть за таких політико-економічних умов. Достатньо дивним є факт, що за розмірами державних витрат країна є на 31 місці [7]. Так дійсно, бюджетна підтримка туризму щороку зростає і в 2018 році становила 3,8 млрд грн проти 1,7 млрд грн у 2013 році [1]. Проте навіть за таких темпів росту державних трансфертів у галузь існує велика проблема у результаті формування іміджу України за кордоном. Іншими словами, державна стратегія та грошова підтримка взагалі не спрямовані на підвищення ефективності маркетингу і брендингу країни для іноземців (101 місце) [7]. Така стратегічна непослідовність держави по відношенню до туризму призвела до низького результату — бренд України як туристичної країни становить 119 місце [7], що зумовлює загальну втрату позиції, порівняно з 2017 роком — на 2 пункти, порівняно з 2013 роком — аж на 8 пунктів.

У розділі, що стосується екології також негативна позиція. Експерти, наприклад, вважають законодавство країни щодо охорони природи досить не жорстким — дотримання екологічних норм у рейтингу має 119 місце [7]. Проте, порівнюючи рівень відповідальності юридичних і фізичних осіб у сфері порушення законодавства в таких країнах, як Швеція, Норвегія, Фінляндія, то з такою оцінкою з легкістю погоджуєшся. Сучасний розвиток туристичної індустрії відбувається без обліку її стійкості по відношенню до зовнішнього середовища та раціонального використання ресурсів — під час створення нових інфраструктурних проектів даний фактор враховується в останню чергу. Це формує такі наслідки: зміна лісового покриття (75 місце), базовий дефіцит води (93 місце) [7]. Отже, 114 місце — це позиція країни на

Таблиця 1. Прямі економічні чинники туристичної конкурентоспроможності країн Європи у 2019 році

Показники	Україна	Іспанія	Франція	Німеччина
Доля у сукупному прибутті в Європі, %	2,2	12,4	13,1	5,7
Частка у сукупних туристичних доходах в Європі, %	0,2	13,3	11,9	7,8
Доля туризму в ВВП, %	1,4	5,4	3,9	3,5

Джерело: складено та розраховано авторами за даними [7].

яку вона дійсно заслуговує, яка, на жаль, порівняно з 2013 роком погіршилася аж на 22 пункти.

Ще більш низьку оцінку, ніж у 2013 та 2015 роках Україна отримала за природні ресурси — зміна на 14 пунктів зі 102 до 116 місця. За кількістю природних об'єктів, що входять у світове наслідування, Україна займає 50 місце, а за видовим різновидом тваринного та рослинного світу — 84-те [7]. Проте українці настільки не бережуть власну природу, що світова спільнота розмістила Україну аж на 108 місце. Разом із цим вона входить у частку 25% найкращих країн за результатами таких показників: "Здоров'я та гігієна" (11 місце) та "Цінова конкурентоспроможність" (19 місце).

Високе місце країни у розділі здоров'я і гігієни — дуже добре. Проте цим досягненням завдячуємо лідерським позиціям за кількістю лікарняних ліжок (3 місце) та щільністю лікарів (36 місце) [7], що було закладено ще за радянських часів. Однак 58 місце по доступності якісної питної води та 106 місце по розповсюдженості СНІДУ [7], негативно впливає на туристичну привабливість. Взагалі стан показника у 2019 році погіршився на 3 пункти порівняно з 2013—2015 роками, що дуже засмучує.

Дуже важливе значення має цінова конкурентоспроможність у туризмі. У 2013 році Україна була 110-ою, у 2017 році — піднялася до 45 місця, а у 2019 році — покращила позицію аж до 19 місця. Основна перевага — це паритет купівельної спроможності національної валюти, який має високу оцінку — 12 місце [7]. Індекс цін на готелі (31 місце) та середня вартість пального (47 місце) — це критерії, що також підштовхують України до позиції топ-20 країн за даним показником. Безперечно, на вищу сходинку Україну не підняла система оподаткування, яка отримала непривабливу 60 позицію [7]. Тому уряду слід подбати про зниження непрямих податків у авіа- та готельному бізнесах, що значно вплине на кількість туристичного прибуття в країну.

Також можемо спостерігати позитивні зрушення за такими показниками України, як "Людські ресурси та ринок праці" (порівняно з 2013 роком показник зміцнився на 51 позицію), "Культурні ресурси та ділові подорожі" (порівняно з 2013 роком показник зміцнився на 25 позицій), "Міжнародна відкритість" (порівняно з 2013 роком показник зміцнився на 59 позицій), "Інфраструктура повітряного транспорту" (порівняно з 2013 роком показник зміцнився на 7 позицій). Ці зрушення мали загальну тенденцію, проте після 2017 року дещо погіршилися.

Ситуація з якістю ринку праці в Україні, за аналізований період, значно покращилася — з 99-го до 48 місця. До сильних позицій можна віднести достатньо ефек-

тивну для бізнесу систему найму та звільнення (36 місце), заробітну плату і продуктивність (53 місце) та легкість пошуку кваліфікованих кадрів (54 місце) [7]. Слабкою позицією експерти вважають недолік людських ресурсів в аспекті якості навчальної та середньої освіти (87 та 62 місця) та ступеня орієнтації на клієнта (66 місце) [7]. Отже, з позиції можливості формування якісного персоналу та організації ефективних тренінгів для сфери туризму Україна, за умов активного розвитку ринку праці, невпевнено, проте набуває вищого рангу.

Розділ, пов'язаний з оцінкою рівня міжнародної відкритості, достатньо високий за рангом — 55 місце. До сильної позиції України увійшов такий чинник, як кількість регіональних торговельних угод — 48 місце [7]. Відкритість двосторонніх угод про повітряне сполучення становить лише 113 місце [7]. Ситуацію рятує достатньо високий рейтинг візової вимоги (39 місце), що загалом формує відкритість країни для туризму і досить перспективне позиціонування гостинної країни.

Щодо показника "Культурні ресурси та ділові подорожі", то Україна також має достатньо високий світовий рейтинг — 55 місце. За кількістю культурних пам'яток ЮНЕСКО країна займає 38 позицію, кількістю спортивних споруд — 25 місце, рівня цифрового попиту на культурно-розважальний туризм — 70 місце, а сфера виставкового бізнесу, на жаль, займає лише 87 місце [7]. Тобто велика унікальна культурна спадщина України — це одна з головних можливостей створення сприятливого іміджу країни на туристичному ринку. Подальший успіх розвитку туризму країна матиме за умов позитивної динаміки ділових подорожей в Україні.

Завдяки деяким позиціям показника інфраструктури повітряного транспорту, де базою були реальні статистичні дані, Україні вдалося піднятися зі 79-го у 2017 році на 71-ше місце у 2019 році. Дуже сумно, що країна — провідний виробник літаків має такі світові позиції. Проте велика конкурентна боротьба в сфері авіаперевезення формує наглядний прогрес. Низька оцінка якості повітряної інфраструктури (93 місце) вже сьогодні стимулює регіони України до більшої активності, модернізації аеропортів. Так, у 2019 році реалізовано проекти по реконструкції та будівництву аеропортів у м. Запоріжжя, м. Одеса, м. Вінниця.

Спостерігаються негативні зрушення за такими показниками України, як "Наземна і портова інфраструктура" (порівняно з 2013 роком знизився на 4 позиції), "Інфраструктура туристичних послуг" (порівняно з 2013 роком знизився на 15 позицій), "Розвиток ІКТ" (порівняно з 2013 роком знизився на 8 позицій).

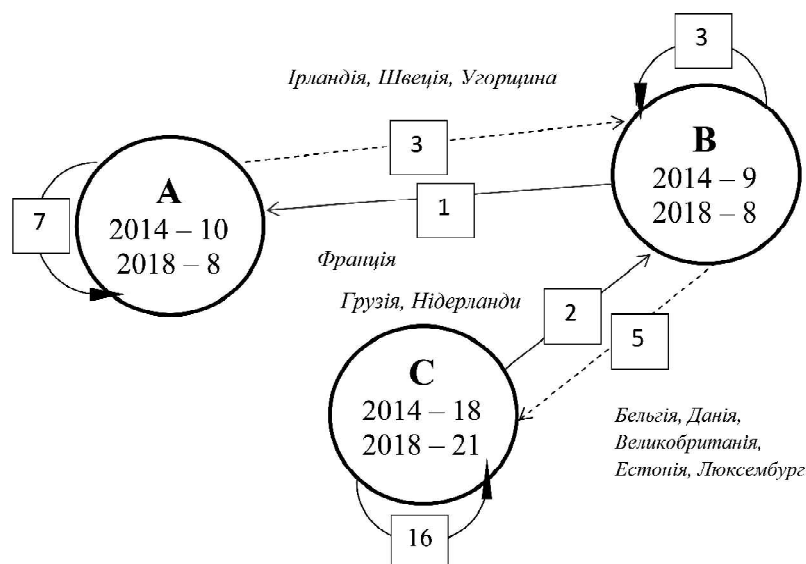


Рис. 1. Динаміка результатів АВС-аналізу для країн Європи за зростанням доходів від експорту туристичних послуг

Джерело: розраховано та побудовано авторами за даними державного управління статистики.

Наземна інфраструктура є ще гіршою за повітряну. І причина цьому — якість дорожньої інфраструктури (123 місце у світовому рейтингу) [7]. Достатньо високу конкурентоздатну 77-му позицію у наземному транспорті Україна отримала завдяки 36 місцю [7] за якість залізничних доріг. Однак все одно ранг 2019 року нижчий на 4 позиції за ранг інфраструктури 2013 року.

Окремої уваги заслуговує розділ інфраструктури туристичних послуг. До нього включено 3 позиції: кількість готельних номерів (106 місце), наявність компаній з прокату автомобілів (23 місце) та кількість банкоматів, що приймають картки-VISA (21 місце) [7]. Що стосується готельних номерів, то Україна, згідно рейтингу, має їх недостатньо. У 2018 році у країні нараховувалося 2777 готелів, однак їхня кількість є меншою за кількість готелів таких країн як Замбія, Уганда, Нігерія [7]. Проте лише згідно з офіційною статистикою в даних готелях більше 135 тис. місць [8]. А до них можна дорахувати номери приватних засобів розміщення і санаторно-курортні заклади. Тобто за вірної пропозиції туристам усіх альтернатив засобів розміщення зростає рівень диференціації туристів, що в майбутньому позитивно вплине на соціально-економічний розвиток туристичної індустрії. На жаль, і якість інфраструктури туризму віднесено лише на 105 позицію [7], що зумовило зниження загального рейтингу (65 місце) на 15 позицій порівняно з 2013 роком. І лише за кількістю банкоматів Україна значно покращила свої позиції.

ІКТ готовність демонструє також некращі позиції. Україна має не досить високоякісну систему телекомунікації. Відсутність або погана робота у сучасних готелях VI-FI, мережі Internet, мобільного покриття мережі в on-lain режимі — на сьогодні є проблемою. У цій сфері Україна має поганий вигляд, зниження у рейтингу на 8 позицій до 78 місця. Водночас доступність мобільного зв'язку позиціонує Україну на 36 місці.

Зрозуміло, що Україна, маючи 78 місце в рейтингу серед інших держав, за основними показниками індексу туристичної конкурентоспроможності не займає лідируючі позиції. З метою встановлення близькості туристичного потенціалу України з іншими країнами та схожості конкурентних показників зіставимо прямі туристичні чинники, що є результатом, у більшій мірі, останніх двох субіндексів (табл. 1).

Зіставлення прямих економічних чинників туризму довели, що Іспанія, Франція та Німеччина за периферичною структурою туризму — це центр, тоді як Україна — це туристична периферія Європи. Дуже низький коефіцієнт прибуття внаслідок відсутності постійного генерування організаційних, процесних та маркетингових нововведень в індустрію туризму, зумовлює низьку питому вагу грошових надходжень від галузі, порівняно з країнами-лідерами. Нерозвинута інфраструктура значно знижує вклад туризму в економіку — лише 1,4%, проти долі країн-лідерів від 3,5% до 5,4%. І тільки велика кількість культурних пам'яток у поєднанні з різноманітними природними ландшафтами формує існуючий незначний попит (2,2% від сукупного прибуття в Європі) на подорожі в Україну.

Отже, констатуємо, що потенційно Україна, порівняно з країнами-лідерами, має не гірший факторний потенціал. Однак у реалії занедбаність даної сфери економіки демонструє значне відставання туристичного потенціалу України від потенціалу європейських країн-орієнтирів. Причина цьому — внутрішні чинники країни, які не коригуються в бік світового досвіду вірної стратегічної роботи уряду та органів управління сфери туризму. Ситуація, що склалася в Україні визначає необхідність підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту країни шляхом переймання досвіду розвитку туристичної індустрії у країн-лідерів, що дозволить підвищити конкурентоздатні позиції туризму в країні та підтримувати зростання попиту на подорожі в Україну в довгостроковій перспективі.

Для проведення економічної аналітики розвитку туристичної галузі України вивчимо стан ринку туристичних послуг за період 2014—2018 рр. на базі статистики країн Євросоюзу (EU) та Організації чорноморського економічного співробітництва (BSEC) до складу

якої входить наша країна. Інструментом вивчення обрано аналітичний метод ABC-аналізу.

Під час проведення ABC-аналізу необхідно дотримуватися наступної умови — кожний з класів А, В та С буде характеризуватися двома параметрами: X — доля країн у загальній кількості країн, що аналізується (37 країн); Y — частка у сукупному розмірі економічного показника. Згідно з правилом Парето, $X=20\%$ та $Y=80\%$ — засвідчує 20-ти відсоткову групу країн у категорії А, які забезпечують 80% сукупного економічного показника.

Найбільш суттєвим показником стану галузі туризму, на думку Всесвітньої Ради з туризму та подорожей (WTTC), є доходи від експорту туристичних послуг. Саме цей показник буде базою економічної аналітики за обраною методикою. Спираючись на світові дані туристичної статистики, дослідимо зміни результатів ABC-аналізу за абсолютними показниками.

Дослідження дозволило встановити, що за розміром доходів від експорту туризму клас А стабільно формувався за рахунок найбільш економічно розвинутих країн Європи: Іспанії, Франції, Німеччини, Великобританії, Італії (рис. 1). Це легко пояснити високим рівнем розвитку туризму та суміжних галузей економіки, що вимагає постійної фінансової підтримки як з боку держави, так і приватного бізнесу.

Протягом аналізованого періоду практично незмінним залишався також клас В. Такі країни, як Туреччина, Австрія, Греція, Португалія, Польща, Російська Федерація, Кіпр були незмінним змістом цієї категорії країн. Україна ж, на жаль, починаючи з 2014 року, знаходилася у класі С. А це ще раз доводить, що на фоні реальних тенденцій розвитку світового та європейського ринку туризму, Україна по відношенню до нього ці п'ять років була інертною.

Оскільки абсолютні величини економічного показника в наслідок домінації значень країн-лідерів Євросоюзу не проявляють динаміку в змінах результатів ABC-аналізу, логічним буде дослідити дані в аспекті відносного зростання (зниження) розміру доходів від експорту туризму. Протягом 2014—2018 років зміст класів А та В, як за показником X , так і за показником Y , скоротився приблизно на 3 відсоткових пункти, що засвідчує більш динамічну диференціацію країн Європи за відносного зростання доходів від експорту туризму в умовах чіткої дії закону Парето.

Приріст доходів від експорту туризму, як показник, що демонструє розвиток галузі, за 2014—2018 роки показав негативні тенденції в більшості аналізованих країнах Європи. Сталу основу країн категорії А із року в рік зберігають 7 міцних туристичних держав: Іспанія, Італія, Німеччина, Португалія, Греція, Туреччина та Російська Федерація. У 2018 році, разом з Францією, вони сформували Парето-ефективну нішу на ринку, зайнявши 21,62% у його структурі. Водночас частка їх приросту доходу становила 77,84%.

З великої кількості економічно розвинених країн Європи лише Австрія, Польща та Хорватія, по відношенню до зростання показника, стабільно формували категорію В. Це пояснюється значною спрямованістю державної політики країн не лише на підтримку поточного

стану туристичної галузі, а й її перспективного розвитку.

Великою несподіванкою аналізу став зміст країн категорії С. Поруч з економічно слабкими країнами опинилися країни зі стабільною економікою. Інакше кажучи, цей клас формує найбільшу частку ринку, якому характерні незначні або, взагалі, від'ємні зміни в розмірах доходів від туризму. Причини низьких темпів росту показника дві. Для таких країн, як Данія, Великобританія, Бельгія, Люксембург та інші скорочення відносного зростання доходів є результатом достатньо високого рівня життя та значно дорожчого ціноутворення. Для України, Сербії, Вірменії, Молдови, Румунії та інших держав — це замалий розмір інвестицій у сферу туризму, що формує низький рівень розвиненості туристичної інфраструктури, і, як наслідок, зниження інтересу туристів до відвідування цих країн.

Отже, дослідження дозволило оцінити стан туристичного ринку України по відношенню до країн Європи. За рахунок динамічного ABC-аналізу визначено більш чітку диференціацію країн за розвитком економічного показника галузі. Встановлено, що Україна — це країна, що стабільно належить до категорії С з причин відсутності достатнього рівня інвестицій. Відсутність можливості переходу з класу С до класу В у 2014—2018 роках, за наявного факторного потенціалу України, — це результат неефективної державної стратегії розвитку туристичної індустрії.

Таким чином, світова оцінка профілю туристичної економіки України показала широке коло чинників, що визначають успіх туристичної індустрії країни та загострює увагу на важливих проблемах. Констатуємо, що за 2013—2019 рр. Україна зазнала значних негативних зрушень під впливом подій 2014 року. На базі динаміки окремих позицій профілю країни, на нашу думку, можна виділити низку напрямів покращення конкурентоспроможності країни в туризмі:

1. Першочерговою задачею є визнання туристичної галузі одним з пріоритетів держави з обов'язковою реалізацією ключових дій в аспекті впровадження економічних механізмів підтримки інвесторів та ведення туристичного бізнесу. Лише нормальна податкова політика, спрямована не на посилення фіскального навантаження, а на м'яке оподаткування, допоможе індустрії туризму продемонструвати реальні фінансові обороти — і тим самим збільшити податкові надходження, стабілізувати галузь, підвищити капіталоемність та вклад в інновації та ІТ-технології.

2. Україна може збільшити свою конкурентоспроможність на світовому ринку туризму, якщо в контексті нормативно-правової бази покращить та підвищить якість умов, що стосуються навколишнього середовища та безпеки учасників туристичної діяльності. Якісний розвиток туризму можливий за умов припинення руйнування природної та культурної спадщини. Навколишнє середовище — це не лише природно-екологічний стан, а й велика можливість для розвитку туризму.

3. Дуже значний вплив на конкурентні переваги туристичного напрямі має загальна інфраструктура. Особлива роль — це транспорт, безпека туристів, суспільно корисні послуги (чистота та доступність громадських

приміщень, вуличне освітлення, якість доріг, зелені насадження тощо).

Удосконалення цих ключових напрямків — це базис для подальшого розвитку позитивного інформаційного фону туристичної України.

ВИСНОВКИ

У статті проаналізовано сучасний стан та напрямки розвитку туристичної галузі в Україні. Обґрунтовано необхідність запровадження заходів щодо формування серед населення поведінкової моделі рекреаційного природокористування. Вказується на факт існування великої проблеми в процесі формування іміджу України за кордоном. Зазначається, що державна стратегія та грошова підтримка практично не спрямовані на підвищення ефективності маркетингу країни для іноземців. Наголошується на особливому значенні інфраструктурного забезпечення надання туристичних послуг. Виділено такі напрями покращення конкурентоспроможності туризму в Україні, а саме: визнання туристичної галузі одним з пріоритетів держави; оптимізація системи нормативного забезпечення природокористування; розвиток інфраструктурного забезпечення.

Література:

1. Світовий атлас даних. URL https://knoema.ru/atlas/Весь_мир/Туризм (дата звернення 02.02.2020).
2. World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/publication/unwto-world-tourism-barometer-and-statistical-annex-may-2019> (дата звернення 02.02.2020).
3. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата звернення 02.02.2020).
4. Путешествия, туризм, гостиничный бизнес. Экономический вклад туризма и путешествий в ВВП по всему миру 2006—2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/> (дата звернення 02.02.2020).
5. Інформація щодо відвідування України іноземцями та виїзду громадян України за кордон (2015—2018 роки) (за даними Адміністрації Державної прикордонної служби). URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkraini-InozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkraini-ZaKordonZalPivrichchia2016-2017-Rokiv&isSpecial=true> (дата звернення 02.02.2020).
6. Інформація щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 році. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5badba79-cfc540c1a1ec61f2e39161aa&title=InformatsiiaSchodoPokaznikovRozvitkuSferiTurizmuTaKurortivU2016-Rotsi> (дата звернення 02.02.2020).
7. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <http://reports.weforum.org/tcr> (дата звернення 02.02.2020).
8. Туризм. Кількість засобів розміщення 2018 рік. URL: https://vuzlit.ru/378030/rozvitok_gotel'nogo_gospodarstva_ukrayini (дата звернення 02.02.2020).
9. Забування Л.В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Економіка АПК. 2011. № 6. С.178—183.

10. Кальченко С.В., Демко В.С. Стратегічні напрями розвитку туристичної галузі в Запорізькій області. Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). 2019. № 1. С.121—128.

11. Квартальнов В.А. Туризм. Учебник. М.: Финансы и статистика. 2002. 320 с.

References:

1. World Data Atlas (2020), available at: https://knoema.ru/atlas/Весь_мир/Туризм (Accessed 2 February 2020).
 2. UNWTO (2019), "World Tourism Barometer", available at: <https://www.unwto.org/publication/unwto-world-tourism-barometer-and-statistical-annex-may-2019>. (Accessed 2 February 2020).
 3. UNWTO (2019), "UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition", available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (Accessed 2 February 2020).
 4. Statista (2019), "Travel, Tourism, Hospitality. Economic Contribution of Tourism and Travel to GDP Worldwide 2006—2018", available at: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/> (Accessed 2 February 2020).
 5. Ministry for Development of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine (2019), "Information on the visit of foreigners to Ukraine and the departure of Ukrainian citizens abroad (2015-2018) (according to the data of the State Border Service)", available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkraini-InozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkraini-ZaKordonZalPivrichchia2016-2017-Rokiv&isSpecial=true> (Accessed 2 February 2020).
 6. Ministry for Development of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine (2017), "Information on tourism and resort development indicators in 2016", available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5badba79-cfc540c1a1ec61f2e39161aa&title=InformatsiiaSchodoPokaznikovRozvitkuSferiTurizmuTaKurortivU2016-Rotsi> (Accessed 2 February 2020).
 7. World Economic Forum (2019), "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019", available at: <http://reports.weforum.org/tcr> (Accessed 2 February 2020).
 8. vuzlit (2019), "Tourism. Number of accommodation units 2018", available at: https://vuzlit.ru/378030/rozvitok_gotel'nogo_gospodarstva_ukrayini (Accessed 2 February 2020).
 9. Zaburanna, L.V. (2011), "Foreign experience in the development of rural green tourism", APK economy, vol. 6, pp.178—183.
 10. Kal'chenko S.V. and Demko, V.S. (2019), "Strategic directions of tourism industry development in Zaporizhzhya region", Proceedings of the TDATU (Economic Sciences), vol. 1, pp.121—128.
 11. Kvartal'nov, V.A. (2002), Turizm [Tourism], Finance and statistic, Moscow, Russian.
- Стаття надійшла до редакції 02.03.2020 р.*