

ЕКОНОМІКА

УДК: 338.486; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-121-129

*Захарченко О.Г., к.е.н., доцент,
olena.zakharchenko@tsatu.edu.ua*

*Бакіна Т.В., к.е.н., доцент,
tatiana.bakina@tsatu.edu.ua*

*Почерніна Н.В., к.е.н., доцент
nataliia.pochernina@tsatu.edu.ua*

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Анотація. В статті проаналізовані основні показники розвитку туризму в Україні, зокрема обсяги капіталовкладень, динаміку доходу від надання туристичних послуг, загальний вклад туризму в ВВП. Проведено структурний аналіз динаміки туристичних потоків України за 2013-2019 роки. Виявлена суттєва перевага виїзного туризму порівняно з внутрішнім туризмом. Побудовано регресійну модель, яка відображає залежність між кількістю внутрішніх туристів та такими факторними ознаками як: транспортний пасажирообіг, середній рівень заробітної плати та кількість туристичних агенцій.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, внутрішній туризм, пасажирообіг, кореляційно-регресійна модель, прогноз.

JEL code classification: F47, L83

Zakharchenko O.G., PhD, Ass. Prof.,

Bakina T.V., PhD, Ass. Prof.,

Pochernina N.V., PhD, Ass. Prof.

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

FORECAST OF DEVELOPMENT OF TOURIST SERVICES IN THE UKRAINIAN DOMESTIC MARKET

Abstract. In a pandemic, the economy must adapt to new conditions in order to minimize the risks that arise. One of the areas of the economy that is most affected by the pandemic is travel and tourism (T&T). If at the beginning of the XXI century tourism showed high indicators of development, then in 2020 the T&T sphere approached the limit of survival, according to many experts' estimates. An effective way to preserve the country's tourism potential under these conditions is to develop domestic tourism. This research aims to analyze the development indicators of the tourism sector in Ukraine and assess the prospects for the development of the domestic tourist services market based on a correlation and regression model.

An analysis of the main indicators of tourism development in Ukraine is presented in the article. In particular, these are such indicators as the volume of capital investments, the dynamics of income from the provision of tourist services, and the total contribution of tourism to GDP. A structural analysis of the dynamics of tourist flows in Ukraine for 2013-2019 was carried out. A significant advantage of outbound tourism in comparison with domestic tourism was revealed. A regression model was constructed. This model reflects the relationship between the number of domestic tourists and such factor characteristics as: transport passenger turnover, average salary level and the number of travel agencies. The inverse relationship between the dynamics of the number of domestic tourists and the number of travel agencies was revealed. It was concluded that it would be advisable for the state to encourage small forms of management in the tourism industry, which are focused on creating tourist products of local significance. A direct relationship between the average salary, passenger traffic and the number of domestic tourists was proved. The calculated forecast indicates the possibility of increasing the number of domestic tourists in Ukraine in 2020 by 6%, in 2021 by 6%, in 2022 by 5%.

Priority means and instruments of state regulation in the field of Ukrainian T&T were defined in order to stimulate the development of small forms of management. Among such means and instruments: the creation of specialized institu-

tions capable of coordinating tourism activities in the direction of implementing Sustainable Development Goals; public-private partnership; inter-municipal cooperation; the creation of tourism clusters; the latest financial means, including crowdfunding; information support and IT infrastructure and others. Attention was focused on the need to develop such promising types of Tourism for small businesses as: event, sports and recreation, environmental, gastro-nomic, wine, agricultural tourism, etc.

Keywords: tourism services market, domestic tourism, passenger turnover, correlation and regression model, forecast.

Постановка проблеми. Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. Туризм – є важливою складовою сфери послуг країни і на-сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям у вирішенні соціальних проблем, забезпечуючи створення додаткових робочих місць, зростання зайнятості та підвищення добробуту населення країни.

В багатьох країнах сфера туризму є відокремленою галуззю економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), міжнародного неурядового громадського об'єднання з учасників індустрії туризму і подорожей внесок туризму у світовий ВВП в 2019р склав розмірі 8,9 трильйона доларів США (10,3% світового ВВП). Так, наприклад, в Макао на туризм припадає 91,3% ВВП, на Мальдівах - 56,6%, на Багамських островах - 43,3% ВВП [9]. Україна не відноситься до країн з розвиненою туристичною сферою, але країна має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, однак суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Поява пандемії в світі негативно вплинула на економіки всіх країн світу. Туризм є одним із тих секторів всесвітньої економіки, який в період з 11 березня 2020 по теперішній час, страждає найбільше у зв'язку з обмеженнями на пересування, внаслідок пандемії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку туристичної галузі, в тому числі і на світовому рівні займається досить багато науковців та практиків. Вітчизняні науковці Сущенко О.А., Касенкова К. В. Опанащук Ю.Я. та інші акцентують свою увагу, головним чином, на проблемах розвитку туристичної галузі та туристичного бізнесу в Україні в напрямку розробки маркетингових стратегій та рекламних кам-

паній для формування єдиного іміджу та створення бренду туристичної фірми, бренду міста, країни [6, 14]. Для передбачуваності сфери туризму у прийнятті рішень використовуються прогнози. Прогнозуванню розвитку туристичної галузі приділяється багато уваги як вітчизняними так і світовими науковцями. Так, Lijie Yin розробив прогноз туристичного потоку для нових районів сільського туризму Китаю з допомогою гравітаційної моделі [2]. В дослідженнях Yishuo Zhang, Gang Li, Birgit Muskat and Rob Law запропоновано підвищити точність прогнозування туристичного попиту за допомогою методу декомпозиції штучного інтелекту [4]. Іноземні дослідники Anyu Liu , Vera Shanshan Lin, Gang Li ,and Haiyan Song вивчали опубліковані прогнози Азіатсько-Тихоокеанської туристичної асоціації PATA та ними визначено фактори впливу на точність прогнозів, а саме, це горизонт прогнозування, коливання ВВП, коливання прибуваючих туристів, методи прогнозування та інші [1]. Науковці Long Wen , Chang Liu, Haiyan Song, and Han Liu дослідили ефективність вдосконаленої моделі MIDAS (модель MIDAS-SARIMA) з гнучкістю до врахування сезонної та несезонної динаміки ARMA в прогнозуванні щомісячного прибуття туристів до Гонконгу з Китаю [3].

Проблеми розвитку та прогнозування туристичної галузі України стали предметом багатьох досліджень науковців. І. С. Благун, Г. В. Лещук, М. В. Кифор проводили прогнозування розвитку туристичного бізнесу з побудовою прогностичної моделі оцінки туристичних потоків з урахуванням фактору адитивної сезонності на прикладі Івано-Франківської області [5]. Орлова В.В. зазначає, що є фактори невизначеності та ризику які потрібно враховувати в прогнозуванні і вони суттєво впливають на ефективність прогнозу [8]. Малков Д.І. прогнозував тенденції розвитку туристичного бізнесу за до-

помогою часових трендів порівнюючи Україну з Польщею [7]. В дослідженнях Шелемєтьєвої Т.В. по моделюванню та прогнозуванню розвитку туризму в Україні була визначена регресійна пряма залежність внеску туризму у ВВП України від підвищення рівня народжуваності і середньомісячної пенсії та обернена залежність від чисельності населення 16-59 років та часу [15].

На підставі ретельного аналізу публікацій, встановлено, що у вітчизняних дослідженнях на сучасному етапі не достатньо приділено уваги прогнозуванню туристичних потоків з використанням сучасного інструментарію економетричного моделювання, в тому числі з боку внутрішнього попиту. Враховуючи стрімкі зміни сучасного світу, туристичного бізнесу та фактор пандемії розроблені прогнози втрачають свою актуальність, тому необхідність оновлення та удосконалення наукових досліджень постійно зростає.

Формулювання цілей статті. Метою статті є проведення аналізу основних показників розвитку туристичної галузі в Україні за період з 2013-2019 рр. та визначення факторів впливу на кількість внутрішніх туристів за допомогою кореляційно-регресійного аналізу, а також розробка прогнозу кількості внутрішніх туристів на 3 роки.

Методи дослідження. Методологічну базу нашого дослідження сформовано з використанням математичних методів для економіки туристичного бізнесу, наукових праць, розробок і публікацій вчених та економістів, які досліджували туристичну галузь на вітчизняному та міжнародному ринку. Дослідження ґрунтується на системному підході до вивчення ситуації на сучасному ринку туристичних послуг. Авторами статті використано економіко-статистичні методи: абстрактно-логічного (при визначенні сучасних проблем та перспектив розвитку туристичних послуг на внутрішньому ринку України); середніх і відносних величин та рядів динаміки (при аналізі стану галузі туризму в Україні); екстраполяції (при визначенні прогнозних рівнів показників); кореляційно-регресійного аналізу (при визначенні тісноти зв'язку між певними групами показників та подальшому прогнозуванні); графічного (при

наочному зображенні економічних явищ і процесів у часі з урахуванням прогнозу).

Результати дослідження. Здійснюючи ґрунтовне дослідження розвитку туристичної галузі України за останні сім років можна визначити основні тенденції та особливості її функціонування. В нашому дослідженні використано показники, які сформовані Державною службою статистики в Україні та світовим атласом даних [10, 13]. Згідно з даними таблиці 1 за період з 2013 по 2019 роки в країні відбулось зростання капіталовкладень в туристичну галузь в 2,12 рази. Так, скорочення кількості екскурсійних бюро в 2014р. в 3,2 рази, кількості колективних засобів розміщення в 1,12 рази, кількості туристичних агентств в 1,3 рази зумовлено кризовими економічними та політичними умовами та збройним конфліктом. За період з 2014р. по 2019р. поступово відбулось відновлення кількості суб'єктів господарювання туристичної галузі. Якщо порівнювати з рівнем 2013р. в 2019р. спостерігається зростання колективних засобів розміщення на 4%, збільшилась кількість сільських зелених садів на 38%, що зумовлено певною підтримкою на законодавчому рівні. Кількість туристичних агенств та екскурсійних бюро з 2015р. по 2019р. мають зростаючу тенденцію. Дослідниками не визначено чітких тенденцій в динаміці пасажирообігу в країні. Чисельність населення України за аналізований період зменшилась на 3,6 млн. чол. і складає 41,9 млн. чол. Темпи зростання середньої заробітної плати склали в 2016р. 24%, в 2019р. – 18% відповідно, так само спостерігається тенденція зростання доходів від надання туристичних послуг в 2016р. – 21%, в 2019р. – 18% відповідно. Зростання грошових показників зумовлено, в першу чергу, про наявність інфляційних імпульсів та про деяке пожвавлення туристичної сфери. В 2015р. доходи від туристичних послуг зросли на 80%, в подальшому відбувається постійне зростання, але меншими темпами росту за рік. Загальний вклад туризму в ВВП України складає в 2019р. 5,2%, що є найменшим значенням за весь досліджуваний період.

Таблиця 1. Динаміка основних показників розвитку туристичної галузі за період 2013-2019 рр. в Україні

	Показники	Роки						
		2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹	2018 ¹	2019 ¹
1	Капіталовкладення в туристичну галузь, тис.євро	173,1	151,8	167,0	212,6	279,4	321,9	367,4
2	Кількість турагентів (фіз та юр. осіб), од	4032	3069	2547	2803	2802	3565	3903
3	Кількість екскурсійних бюро, од	477	149	135	151	169	199	223
4	Кількість колективних засобів розміщення, од	5138	4572	4341	4256	4115	4719	5335
5	Кількість зелених садиб, од	285	233	235	375	377	383	392
6	Пасажирообіг, млрд.пас.км	128,3	106,3	97,0	102,2	99,4	104,4	107,2
7	Середній рівень заробітної плати, євро	99,1	105,7	127,4	157,4	215,7	269,2	318,7
8	Чисельність населення країни, млн	45,5	42,9	42,8	42,6	42,4	42,2	41,9
9	Дохід від надання туристичних послуг, тис.євро	15634,0	12864,9	23100,0	27966,3	31856,7	36934,7	43500,6
10	Загальний вклад туризму в ВВП України, тис.євро	3379,6	2653,9	3246,0	3941,3	5070,9	5593,2	6161,0
11	Загальний вклад туризму в ВВП України,%	7,6	5,5	5,4	5,4	5,6	6,4	5,2
12	Кількість в'їзних туристів, тис ос	232	17	15	35	39	76	87
13	Кількість виїзних туристів, тис. ос	2519	2085	1647	2061	2290	4024	5525
14	Кількість внутрішніх туристів, тис. ос	537	323	357	453	477	457	520

Джерело: *складено автором за даними www.ukrstat.gov.ua

¹Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Аналіз структури кількості туристів показує орієнтацію туристичних агентств переважно на виїзних туристів. Так кількість в'їзних туристів в Україну в 2013р. різко зменшилась в 13,6 рази у зв'язку з політичними та військовими подіями в країні. В 2019 році ситуація не набагато покращилась - до України в'їхало лише 37,5% іноземних туристів від рівня 2013р. Отже, Україна є переважно імпортером туристичних послуг. Кількість виїзних туристів за аналізований період збільшилась в 2,2 рази і склала 5,5 млн. осіб, що є 13% від чисельності населення України. Кількість внутрішніх туристів в 2019р. 520 тис. осіб, що складає 8,6% всіх туристів України. Населення України воліє до виїзного туризму, але динаміка кількості внутрішніх туристів з 2014р. стабільно зростаюча, що дає стимули для розвитку внутрішнього туризму.

Наші дослідження підтверджуються висновками експертів EBRD, що пов'язана з

туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму. При цьому в'їзний потік із-за кордону формує трохи більше третьої частини усієї економіки національного туризму. Для порівняння: у середньому частка в'їзного туризму в загальній сумі туристичних витрат у країнах ЄС складає 90 %8 [11].

Отже, наслідки пандемії COVID-19 мають бути не такими болючими як в інших європейських країнах, оскільки обсяг міжнародної туристичної складової України в загальній економіці туризму є набагато меншою [11].

Метою нашого подальшого дослідження була побудова моделі множинної регресії для визначення факторів впливу на кількість внутрішніх туристів України. Проведемо кількісний аналіз за допомогою програми Eviews та представлених даних у таблиці 1. Було підбрано і обраховано декілька варіа-

нтів кореляційно-регресійних моделей і обрано модель з найбільш значимим тісним зв'язком між змінними та результативною ознакою.

Для використання змінних в моделі було проведено перевірку стаціонарності рядів за допомогою тесту Діккі-Фуллера в програмному забезпеченні, всі ряди є стаціонарними. Для підвищення значущості обраних змінних

з результативною ознакою проведено логарифмування рядів та визначено умовні позначення змінних (таблиця 2).

Отже, оптимізована кореляційно-регресійна модель залежності логарифму кількості внутрішніх туристів від логарифму середньої заробітної плати в країні, логарифму пасажирообігу та логарифму кількості туристичних агентств представлена на рис.1.

Таблиця 2. Умовні позначення моделі

п/н	Змінна	Умовна одиниця	Умовні позначення	Логарифм змінної в EViews
1	Кількість внутрішніх туристів	тис.ос.	TUR	TURL
2	Середній рівень заробітної плати	грн	ZP	ZPL
3	Пасажирообіг	млрд.пас.км	PP	PPL
4	Кількість турагентів (фіз та юр. осіб)	од.	A	A2

* Розрахунки авторів

Dependent Variable: TURL
Method: Least Squares
Date: 10/03/20 Time: 13:36
Sample (adjusted): 2013 2019
Included observations: 7 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ZPL	0.821881	0.087911	9.348989	0.0026
PPL	5.993984	0.705323	8.498213	0.0034
A2	-18.09463	2.781839	-6.504557	0.0074
C	15.73802	2.184123	7.205646	0.0055
R-squared	0.980038	Mean dependent var		12.99420
Adjusted R-squared	0.960076	S.D. dependent var		0.190086
S.E. of regression	0.037981	Akaike info criterion		-3.407906
Sum squared resid	0.004328	Schwarz criterion		-3.438814
Log likelihood	15.92767	Hannan-Quinn criter.		-3.789929
F-statistic	49.09564	Durbin-Watson stat		2.486539
Prob(F-statistic)	0.004759			

Рис.1. Кореляційно-регресійна модель кількості внутрішніх туристів

* Розрахунки авторів

Отримана модель у вигляді рівняння регресії має наступний вигляд:

Substituted Coefficients:

=====

$$TURL = 0.82188 * ZPL + 5.99398 * PPL - 18.09463 * A2 + 15.74$$

Отримана модель є адекватною, про що свідчить рівень Prob, який менше 5%, та тіснота зв'язку підтверджена коефіцієнтом детермінації на рівні 0,98. Так, згідно отриманого рівняння регресії бачимо пряму залежність кількості внутрішніх туристів від зростання середньої заробітної плати та пасажирообігу. Зростання на 0,8% середньої

заробітної плати і на 6% пасажирообігу в країні збільшуватиме кількість внутрішніх туристів на 1%. А зростання кількості туристичних агентств негативно впливає на кількість внутрішніх туристів, що пов'язано з міжнародною орієнтацією туристичних агентств.

Графік регресії наочно демонструє адекватність моделі, тобто лінія модельних даних логарифма кількості внутрішніх туристів

розташована дуже близько до лінії фактичних даних (рис.2).

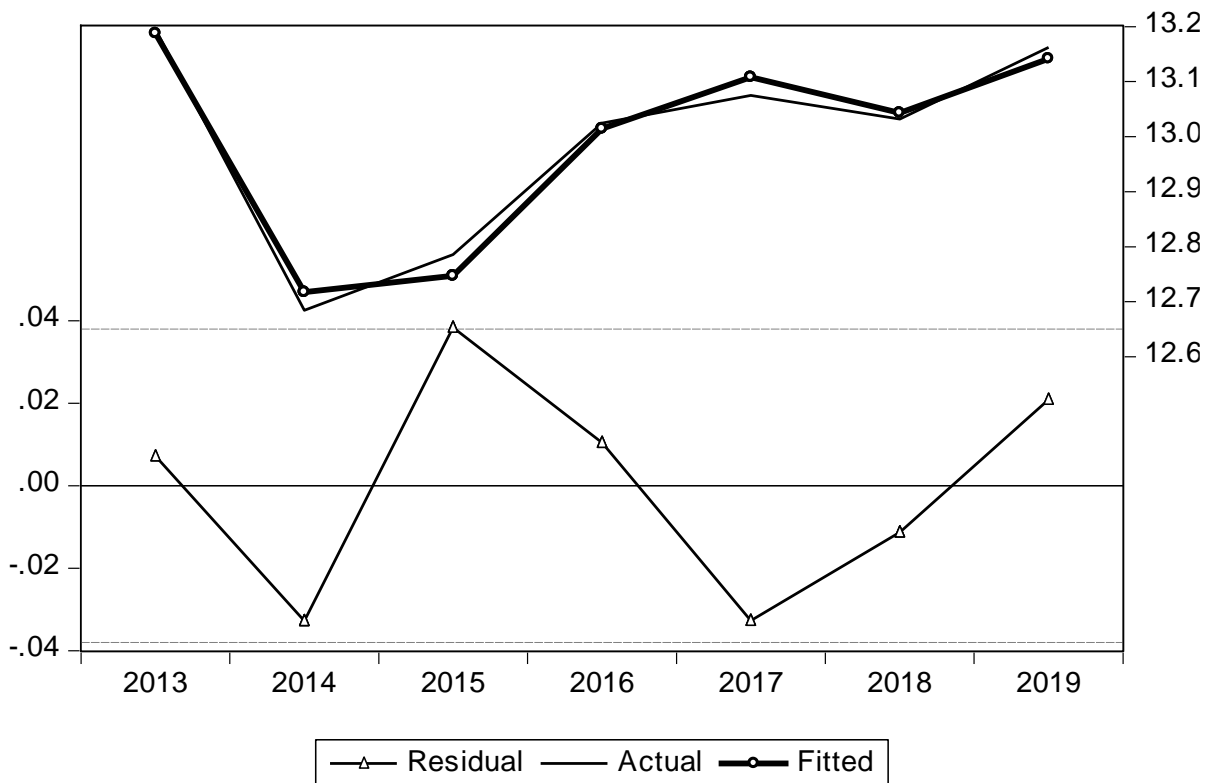


Рис.2. Графік кореляційно-регресійної моделі кількості внутрішніх туристів
* Розрахунки авторів

В програмному забезпеченні Eviews була проведена перевірка розрахованої моделі на відсутність гетероскедастичності за допомогою тестів Вайта та відсутність автокореляції за допомогою тесту Бройша-Годфри. Тобто, в моделі постійна дисперсія випадкових помилок, що підтверджує ефективність оцінок, отриманих за допомогою методу найменших квадратів. отже, модель є адекватною з певним рівнем точності.

Подальші розрахунки в програмі на основі отриманої кореляційно-регресійної моделі

дали змогу побудувати прогноз на найближчі три роки.

З урахуванням карантинних обмежень в найближчі роки буде відбуватися скорочення кількості виїзних туристів до критично малих значень, що дає змогу передбачити зростання кількості внутрішніх туристів, особливо тих які розраховують на VIP-обслуговування. Такі умови вимагають від туристичної сфери стрімкого розвитку і відповідних сервісних умов, а також більш широкого асортименту туристичних продуктів.

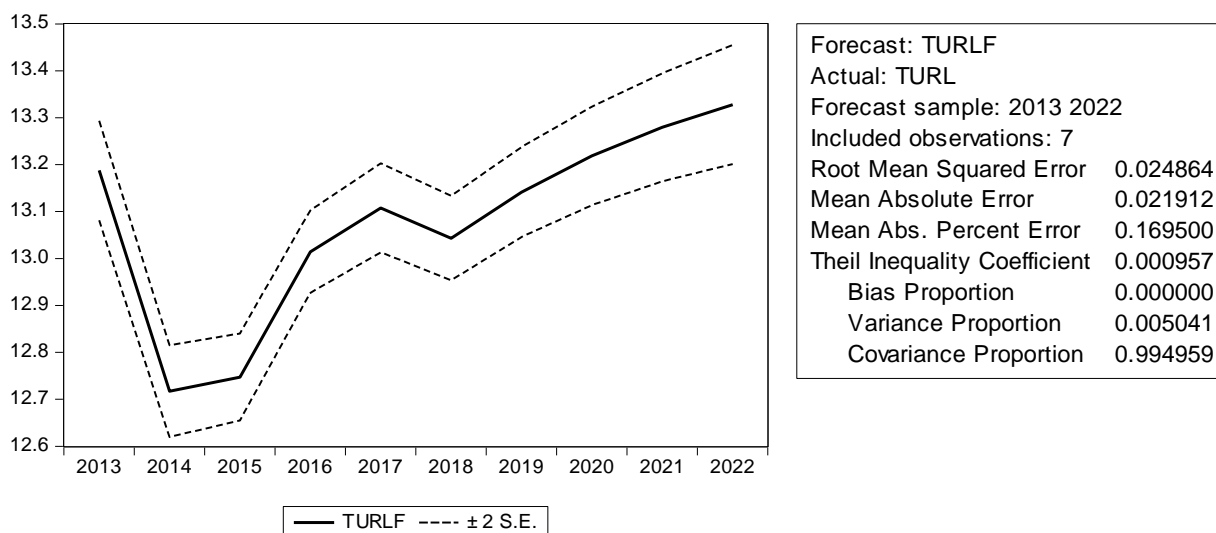


Рис.3.Прогноз на 2020 – 2022 рр. кількості внутрішніх туристів за кореляційно-регресійною моделлю.

* Розрахунки авторів

Згідно розрахованих по моделі значень кількості внутрішніх туристів (таблиця 3) спостерігаємо зростання їх зростання за песимі-

стичним прогнозом до 541 тис. осіб, оптимістичним 697 тис. осіб в 2022р.

Таблиця 3. Модельні та прогнозні значення внутрішніх туристів України за 2013-2022 р.

Роки	Кількість внутрішніх туристів за моделлю		Залишки моделі	Песимістичний прогноз внутрішніх туристів		Оптимістичний прогноз внутрішніх туристів	
	TURL	Осіб		TURL	Осіб	TURL	Осіб
2013	13,19	533722,18	0,11	13,08	480003,96	13,29	593452,12
2014	12,72	333486,60	0,10	12,62	302388,12	12,82	367783,34
2015	12,75	343613,27	0,09	12,65	313219,39	12,84	376956,48
2016	13,01	448861,88	0,09	12,93	411021,52	13,10	490185,99
2017	13,11	492816,10	0,09	13,01	448174,98	13,20	541903,76
2018	13,04	461975,07	0,09	12,95	422296,56	13,13	505381,73
2019	13,14	509655,59	0,10	13,05	462988,39	13,24	561026,65
2020	13,22	550487,66	0,10	13,11	495716,14	13,32	611310,86
2021	13,28	585114,57	0,12	13,16	521446,01	13,39	656557,06
2022	13,33	614072,81	0,13	13,20	540894,41	13,45	697151,62

* Розрахунки авторів

Розроблений прогноз щодо збільшення кількості внутрішніх туристів в Україні за оптимістичним сценарієм передбачає зростання в 2020 році на 9%, в 2021 р. на 7%, в 2022 р. на 6%. Отже, можна передбачити, що найближчі три роки українці обиратимуть власну країну для відпочинку. Так, за спостереженнями одного з телефонних операторів

України "Vodafone Україна" влітку 2020 року вже на популярних морських курортах України середньодобовий трафік склав 20ТБ і 13 ТБ відповідно, що на 37% і 55% більше в порівнянні з минулим 2019 роком [12].

Висновки. Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього туризму. Це підтверджують такі аргументи:

наявність історичних пам'яток культури, наявність санаторно-курортних закладів, мінерально-лікувальні води, кліматичні умови, наявність різних природно-кліматичних зон. Позитивні наслідки розвитку внутрішнього туризму: зростання економіки регіону і країни; створення нових робочих місць; розвитку готельного та курортного бізнесу; збільшення доходів сільського населення завдяки розвитку сільського туризму, що надає можливість зберегти українські традиції та звичаї, розвивати туризм усіх видів.

Таким чином, туристична галузь України на протязі останніх 7 років була орієнтована на виїзний туризм. Так в 2019р. 91% всіх туристів України, це ті які відвідують інші країни. Вклад туризму в ВВП України є незначним порівняно з розвиненими країнами світу і складає 5,2% (2019р) саме з причин нерозвиненості внутрішнього та в'їзного туризму. За допомогою кореляційно-регресійної моделі була визначена пряма залежність кількості внутрішніх туристів від пасажирообігу і середньої заробітної плати. Тобто, удосконалення транспортної інфраструктури, підвищення рівня середньої заробітної плати та переорієнтація туристичних агентств на реалізацію внутрішнього туристичного продукту стимулюватиме внутрішній туризм. За нашими прогнозами в 2022р. максимальна кількість внутрішніх туристів складе 697 тис. осіб, що є на 34% більше фактичної кількості 2019 року. Але таке зростання для нашої країни не є остаточним, при загальній чисельності населення в 41,9 млн. чол туристична індустрія може залучати більшу кількість споживачів і не лише вітчизняних.

Туристична галузь України потребує значної активізації за допомогою інструментарію та засобів державного регулювання. В умовах пандемії необхідним є створення спеціалізованих інституцій, здатних координувати туристичну діяльність у напрямі реалізації Цілей Сталого Розвитку; розвиток державно-приватного партнерства та міжмуніципального співробітництва; створення туристичних кластерів; провадження новітніх фінансових засобів, у тому числі краунфандинг; підсилення інформаційної підтримки та розвитку ІТ-інфраструктури тощо. Поштовхом розвитку внутрішнього туризму є розширення перспективних і сучасних видів туризму, таких як: подієвий, спортивно-оздоровчий, екологічний, гастрономічний, винний, аграрний туризм тощо.

Туристична галузь України потребує значної активізації за допомогою інструментарію та засобів державного регулювання. В умовах пандемії необхідним є створення спеціалізованих інституцій, здатних координувати туристичну діяльність у напрямі реалізації Цілей Сталого Розвитку; розвиток державно-приватного партнерства та міжмуніципального співробітництва; створення туристичних кластерів; провадження новітніх фінансових засобів, у тому числі краунфандинг; підсилення інформаційної підтримки та розвитку ІТ-інфраструктури тощо. Поштовхом розвитку внутрішнього туризму є розширення перспективних і сучасних видів туризму, таких як: подієвий, спортивно-оздоровчий, екологічний, гастрономічний, винний, аграрний туризм тощо.

Список літератури:

1. Anyu Liu, Vera Shanshan Lin, Gang Li, and Haiyan Song. Ex Ante Tourism Forecasting Assessment. Journal of Travel Research. November, 2020: 1–18
2. Lijie Yin (2020) Forecast without historical data: objective tourist volume forecast model for newly developed rural tourism areas of China, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25:5, 555-571
3. Long Wen, Chang Liu, Haiyan Song, and Han Liu. Forecasting Tourism Demand with an Improved Mixed Data Sampling Model Journal of Travel Research. March, 2020: 1–18
4. Yishuo Zhang, Gang Li, Birgit Muskat and Rob Law. Tourism Demand Forecasting: A Decomposed Deep Learning Approach. Journal of Travel Research. June, 2020: 1–17
5. Благун І. С. Прогностична модель оцінки туристичних потоків з урахуванням фактора адитивної сезонності на прикладі Івано-Франківської області [Електронний ресурс] / І. С. Благун, Г. В. Лещук, М. В. Кифор // Проблеми економіки. - 2019. - № 4. - С. 250-256. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рекон_2019_4_33
6. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи / Н. Косар, Н. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. - 2016. - №2 (176), С. 115-125
7. Малков Д. І. Прогнозування розвитку туристичного та харчового бізнесу України та Польщі [Електронний ресурс] / Д. І. Малков // Бізнес Інформ. - 2019. - № 9. - С. 152-160. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_9_23
8. Орлова В. В. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2012. № 8 (1). С. 223–227.
9. Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) / - Режим доступу: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
10. Офіційний сайт Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL: http://www.ntoukraine.org/covid19_ua.html (дата звернення: 21.01.2021).
12. Сайт інформаційного агенства Ітерфакс-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/673327.html> (дата звернення: 21.01.2021).
13. Світовий атлас даних. Світова та регіональна статистика. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/Туризм>
14. Сущенко О. А., Касенкова К. В. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Економічні інновації. 2019. Том 21. Вип. 2 (71). С. 139-149.

15. Шелеметьєва Т. В. Моделювання та прогнозування розвитку туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки [Електронний ресурс] / Т. В. Шелеметьєва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2019. - Вип. 26(1). - С. 131-136. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26\(1\)_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(1)_27)

References:

1. Anyu Liu , Vera Shanshan Lin , Gang Li ,and Haiyan Song. Ex Ante Tourism Forecasting Assessment. Journal of Travel Research. November, 2020: 1 –18
2. Lijie Yin (2020) Forecast without historical data: objective tourist volume forecast model for newly developed rural tourism areas of China, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25:5, 555-571
3. Long Wen , Chang Liu, Haiyan Song , and Han Liu. Forecasting Tourism Demand with an Improved Mixed Data Sampling Model Journal of Travel Research. March, 2020: 1 –18
4. Yishuo Zhang, Gang Li, Birgit Muskat and Rob Law Tourism Demand Forecasting: A Decomposed Deep Learning Approach. Journal of Travel Research. June, 2020: 1 –17
5. Blagun I.S. (2019) Proghnostychna modelj ocinky turystychnykh potokiv z urakhuvannjam faktora adytyvnoji sezonnosti na prykladi Ivano-Frankivskoji oblasti [Prognostic model of estimating tourist flows taking into account the factor of additive seasonality on the example of Ivano-Frankivsk region]. Problems of economy [Electronic resource], no. 4, 250-256 pp. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2019_4_33
6. Kosar N. (2016) Doslidzhennja rozvytku turyzmu v umovakh kryzy [Research of tourism development in a crisis Actual problems of economy]. Actual problems of economy, vol. 2, no. 176, 115-125 pp.
7. Malkov D.I. (2019) Proghnozuvannja rozvytku turystychnogho ta kharchovogho biznesu Ukrainy ta Polshhi [Forecasting the development of tourism and food business in Ukraine and Poland]. Business Inform [Electronic resource], no 9, 152-160 pp. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_9_23
8. Orlova V.V. (2012) Osoblyvosti rozrobky proghnoziv rozvytku turystychnoji ghaluzi [Features of development of forecasts of tourist branch development]. Current problems of economic development of the region, vol. 8, no.1, 223–227pp.
9. Official website of the World Tourism and Travel Council (WTTC). Available at: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>
10. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. The COVID-19 pandemic and its implications for the tourism sector in Ukraine (Update to the document “Roadmap for Competitive Tourism Development in Ukraine”). Available at: http://www.ntoukraine.org/covid19_ua.html (access date: 21.01.2021).
12. Website of the Interfax-Ukraine news agency. Available at: <https://interfax.com.ua/news/telecom/673327.html> (access date: 21.01.2021).
13. World data atlas. World and regional statistics. Available at: <https://knoema.ru/atlas/topics/ Tourism>
14. Sushchenko O.A., Kasenkova K.V. (2019) Terytorijnyj brendynggh jak instrument rozvytku turystychno-rekreatyjnogho kompleksu [Territorial branding as a tool for the development of tourist and recreational complex]. Economic innovations, vol. 21, no. 2 (71), 139-149pp.
15. Shelemetyeva T.V. (2019) Modeljuvannja ta proghnozuvannja rozvytku turyzmu v Ukraini v umovakh transformaciji nacionaljnoji ekonomiky [Modeling and forecasting of tourism development in Ukraine in terms of transformation of the national economy]. Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy [Electronic resource], vol. 26, no. 1, 131-136 hh. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26\(1\)_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(1)_27)