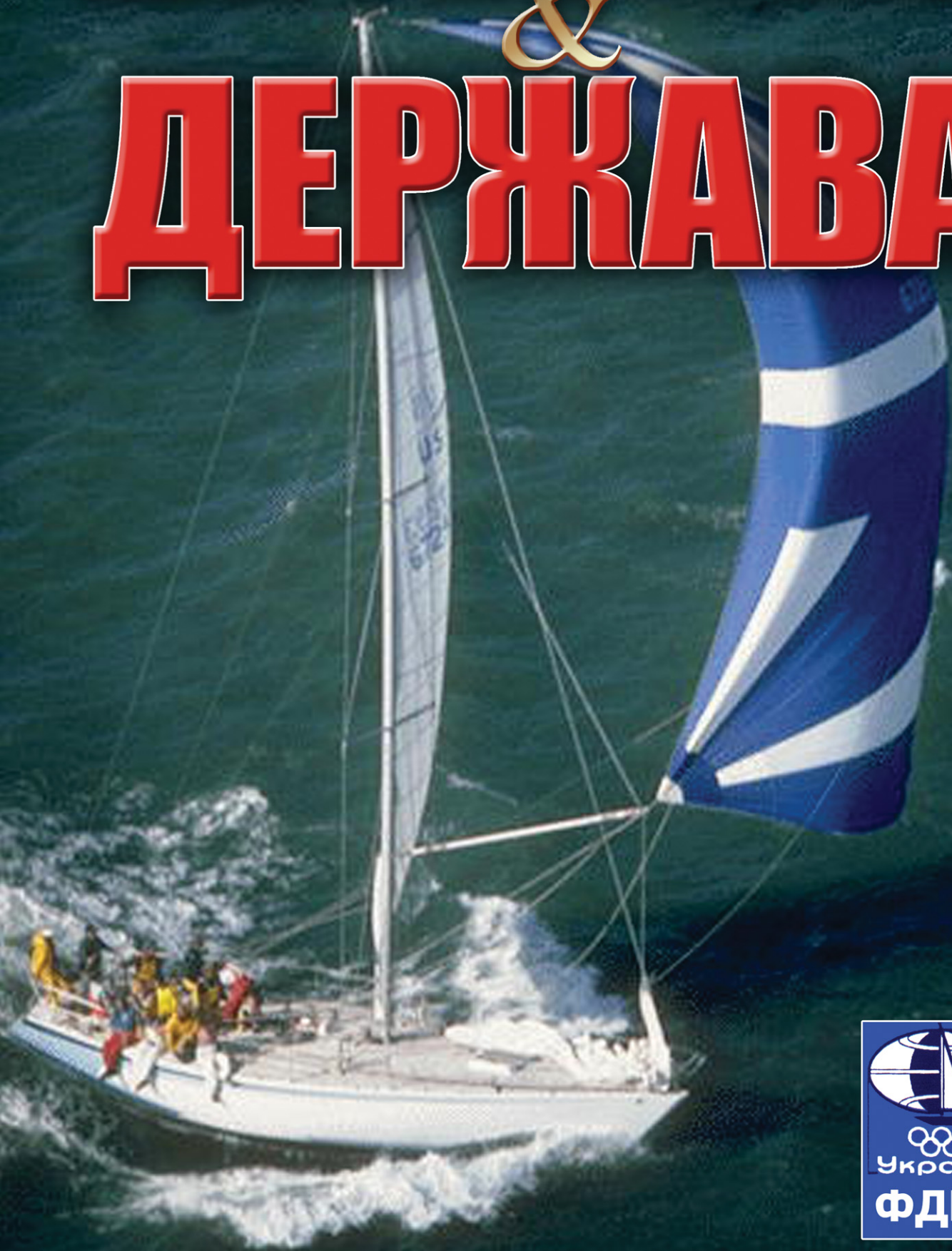


Міжнародний науково-практичний журнал

№ 5 травень 2020 р.

ЕКОНОМІКА & ДЕРЖАВА



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: 10.32702/2306-6806.2020.5.28

СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

V. Zbarsky,

Doctor of Economic Sciences, Professor, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

D. Gribova,

PhD in Economics, Associate Professor, Dmytro Motorniy Tavria state agrotechnological university

MODERN DIRECTIONS OF THE TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті досліджено сучасний стан та особливості розвитку індустрії туризму в Україні. Зазначено роль зовнішніх факторів у процесі забезпечення ефективного розвитку туристичної індустрії. Висвітлено основні фактори, що сприяли зростанню виїзного туризму на Україні: введення безвізового режиму з країнами ЄС, розширення авіаперевезень та відкриття прямих авіарейсів, зростання кількості пропозицій низькобюджетних турів, зростання купівельної спроможності українців, зміцнення курсу національної валюти. Доведено, що важливою особливістю туристичного бізнесу є залежність від різких сезонних коливань попиту на туристичний продукт. Для розрахунку впливу сезонної компоненти розраховано індекси сезонності — відсоткові відношення середніх місячних рівнів за ряд років до загального середньомісячного обсягу виїздів громадян за весь розрахунковий період. За результатами досліджень доведено, що виїзний туризм в Україні має яскраво виражену сезонність. Відмічається подальше зростання попиту на виїзний туризм, що в майбутньому забезпечуватиме ще більший відтік валюти, який негативно позначиться на платіжному балансі країни і на рівні валового внутрішнього продукту. Визначено основні тенденції в контексті дії рівня доходів населення на розвиток виїзного туризму. Зазначається, що країни з високим рівнем доходів населення, з одного боку, генерують більший туристичний потік, а з іншого є більш привабливими для туристів за країни з низьким рівнем життя. Доведено, що такий фактор є чинником купівельної спроможності потенційних українських туристів.

The article investigates the current state and features of the development of the tourism industry in Ukraine. It is proved that during the independence of Ukraine there was a significant development of the tourism industry, but the general trends of the ratio of the three main types of tourism remained stable. The necessity to study the current state and features of the tourism industry in Ukraine is substantiated. The role of external factors in the process of ensuring the effective development of the tourism industry is outlined. The main factors that contributed to the growth of outbound tourism in Ukraine are highlighted: the introduction of a visa-free regime with EU countries, the expansion of air travel and the opening of direct flights, the increase in the number of low-budget tours, the increase of the purchasing power of Ukrainians, the strengthening of the national currency. It is proved that an important feature of the tourism business is the dependence on the sharp seasonal fluctuations in demand for the tourism product. To calculate the impact of the seasonal component, seasonality indices have been calculated — the percentage of average monthly levels for a number of years to the total average monthly output of citizens for the entire accounting period. According to the results of the research it is proved that outbound tourism in Ukraine has a pronounced seasonality. The peak season of outbound tourism is in June, July and August. The maximum demand is observed in August, the minimum value is observed in February. There is a further increase in demand for outbound tourism, which in the future will provide even more outflow of currency, which will negatively affect the balance of payments of the country and the level of gross domestic product. It is proved that the established tendency of development of the tourist industry of the country will not provide benefit to the national economy, and therefore the brand of Ukraine as a tourist country. The main trends in the context of the impact of the level of income on the development of outbound tourism are identified. It is noted that high-income countries, on the one hand, generate more tourist flow and, on the other, are more attractive to tourists than low-living countries. It is proved that this factor is a factor in the purchasing power of potential Ukrainian tourists.

Ключові слова: туристична індустрія, тренди розвитку, виїзний туризм, ефективність, туристичний потік.
Key words: tourism industry, development trends, outbound tourism, efficiency, tourist flow.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За часів незалежності України відбувся значний розвиток туристичної індустрії, проте загальні тенденції співвідношення трьох основних видів туризму залиши-

лися стабільними. Український туристичний ринок завжди демонстрував глибокі диспропорції на користь виїзного туризму, попри те, що цей ринковий сегмент пов'язаний з більш високими ризиками. Кращі кон'юн-

турні позиції, ніж у в'їзного та внутрішнього сектору туризму, сформували довгостроковий характер диспропорцій в українській індустрії. Тобто Україна була і досі залишається донором туристичного потоку. Це обумовлює, з метою постійного удосконалення організації та управління туристичною діяльністю на національному та регіональних рівнях, проведення аналізу розвитку цього сектору туризму України.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Треба зазначити, що теоретичні, методологічні та практичні аспекти забезпечення ефективної організації розвитку туристичної галузі розглядалися в працях С.В. Кальченко, І.М. Куліш, М.И.Маліка, Н.А. Пугач та ін. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого дослідження сучасні напрямки розвитку сфери національного туризму.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження сучасного стану та особливостей функціонування туристичної індустрії на Україні.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

За даними Держстату з 2006 р. по 2016 р. обсяг виїзного потоку з України збільшився у півтора рази (з 16,8 до 24,7 млн подорожей), а з 2006 р. по 2019 р. також у 1,5 рази і становив вже 37,5 млн подорожей. Отже, останні три роки продемонстрували темп росту обсягу виїзного потоку, відповідний сформованим темпам росту попередніх 10 років. Іншими словами, сьогоднішні темпи приросту кількості туристичних виїздів є прогресуючими, демонструється стійке зростання виїзного туризму в Україні за період 2006—2019 рр. Навіть криза 2008—2009 рр. не змогла переломити цей тренд. Скорочення виїзних потоків було короткостроковим. Наприклад, після 2009 року кількість туристичних подорожей за кордон у 2010 році зросла на 12,4%. Тобто вже наступного року після завершення кризи, обсяги виїзного туризму не лише відновилися, але й перевищували докризовий рівень за рахунок реалізації "відкладеного" попиту та продовжували зростати у наступні роки.

Тяжкий економіко-політичний період 2014—2015 рр. мав іншу природу, за якого відбувалась повільна динаміка попиту на закордонні тури. Незначний спад туристичного виїзду було зафіксовано у 2014 році на 5,9%. Таким чином, скорочення виїзного туризму майже на 6% у 2014 році — це єдиний від'ємний темп за останні 10 років.

Усього в 2019 році українці здійснили за кордон 28,9 млн подорожей: це майже удвічі більше за показник 2006 року. Лише за останній рік відбулося збільшення громадян, що виїжджали за кордон з метою туризму, на 35%. Зростання імпорту туризму в Україні у 2019 році становило 1,1 млн.

Основними причинами таких показників можна вважати такі:

1. Виїзний туристичний потік набирає зростаючу тенденцію у зв'язку з введенням з 11 червня 2017 року безвізового режиму з країнами ЄС, а також з розширенням лоукост авіаперевезень та відкриттям прямих авіарейсів.

2. Зростання кількості пропозицій низькобюджетних турів. Середня вартість турпакетів зменшилась, що збільшило попит на масові напрямки.

3. Хоча середній рівень грошових доходів домогосподарства України у 2018 році становив 8903,8 грн, порівняно з показником 2017 року, він збільшився на 24,6%, індекс споживчих цін збільшився на 10,9%, а величина споживчих сукупних витрат домогосподарства — на 15,2%. Це можна охарактеризувати як зростання купівельної спроможності українців. Такий стан також

позитивно вплинув на споживчий попит на виїзні тури, збільшивши темпи його зростання.

4. Зміцнення курсу національної валюти у 2019 році. Укріплення гривні призвело до здешевлення середнього обмінного курсу долара США та євро.

Склад лідируючої п'ятірки найпопулярніших напрямків подорожей українців залишається останні п'ять років майже незмінним. Рейтинг очолює Єгипет — 1290,1 тис. туристичного прибуття з України (46,7%) [13]. Водночас динаміка турпотоку з України в цю країну зростає щороку. Лише за останній рік приріст від їжджаючих громадян до Єгипту становив 54,3%. Головні причини — це цінова доступність даного напрямку, велика кількість "гарячих" турів зі знижкою, а також безсезонний курортний клімат.

Туреччина за підсумками 2018 року займає друге місце. Потік українських туристів у Туреччину становив 986,1 тис. подорожей, зростання за рік — лише 0,6% [5]. Тобто, популярність цього туристичного напрямку спадає. Причина — подорожчання на 15—20% вартості відпочинку в країні. Турецький ціновий стрибок пов'язаний з тим, що готелі перевели розрахунки цін з доларів США на євро, як результат — відпочинок у гривні став дорожчим.

Ще один лідируючий напрямок — Іспанія, третє місце (88,6 тис. подорожей). Несприятливі політичні події в Каталонії зробили цей турпотік меншим. Однак, головним фактором залишається інтерес до країни як до туристичного центру Європи.

Відновили свої позиції Німеччина та Італія: ці напрямки зросли на 55,1% та 65,1% відповідно. Ці країни впевнено нарощують чисельність прибуття з України.

Взагалі переважно громадяни України виїжджають до прикордонних країн, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 88% до 77% туристичного потоку [5]. Зменшилося відвідування таких країн: Польща, Угорщина, Молдова, Білорусь, Румунія, Словаччина та Росія. Перерозподіл туристичних потоків пояснюється запровадженням безвізового режиму з країнами ЄС. За даними Адміністрації Державної прикордонної служби, на початок червня 2019 року, за підсумками другого року дії безвізи з ЄС, кількість українців, що відвідали Європу за біометричним паспортом, зросла у 4,2 рази та становила 2,35 млн чоловік [6].

Спостерігаються якісні зміни в структурі виїзного туристичного потоку до не прикордонних країн. Так, зафіксовано суттєве зростання потоків до: Австрії — на 157%, Болгарії — 42,4%, Греції — 43,8%, Кіпру — 23,6%, Грузії — 18,4% [13]. Відміна шенгенських віз також зумовила прихід у країну лоукост-авіакомпаній, що в сукупності зробило дешевше подорожі українців до ЄС та розширило їх географію.

Важливою особливістю туристичного бізнесу є залежність від різких сезонних коливань попиту на туристичний продукт. Вивчення сезонності в туризмі дозволяє не лише виявити ступінь впливу природно-кліматичних умов на формування потоку туристів, встановити тривалість туристичного сезону, а також визначити економічні наслідки сезонності на рівні регіону та країни, а також розробити комплекс заходів щодо сезонної нерівномірності, яка впливає на результати діяльності туристичної галузі.

Базою для дослідження були статистичні дані Адміністрації Державної прикордонної служби України щодо кількості фактів перетинання державного кордону громадянами України на виїзд з країни у 2014—2019 роках. В основу аналізу було покладено трендове моделювання оцінки варіаційних та динамічних характеристик виїзного турпотоку. Такий аналітичний підхід дозволить виявити підсумковий вектор впливу факторів на ринок виїзного туристичного продукту, наскільки впевнено відчуває себе цей вид туризму в Україні і куди він рухається.

Для реалізації поставлених завдань пропонуємо використати екстраполяційний підхід та побудувати мультиплікативну модель попиту на виїзний туристичний продукт наступного вигляду:

$$Y_i = T_i \cdot C_i \cdot \varepsilon_i \quad (1),$$

де Y_i — обсяг попиту в i -тому періоді;

T_i — абсолютні значення лінійного тренду в i -тому періоді;

C_i — відносні значення сезонних коливань попиту в i -тому періоді;

ε_i — відносні значення випадкових коливань попиту в i -тому періоді.

Для розрахунку впливу сезонної компоненти розраховуємо індекси сезонності — відсоткові відношення середніх місячних рівнів за ряд років до загального середньомісячного обсягу виїздів громадян за весь розрахунковий період. Розрахунки показали, що виїзний туризм в Україні має яскраво виражену сезонність, зокрема попит на виїзний туристичний продукт суттєво знижується в першому та четвертому кварталах і різко зростає в другому і третьому кварталах року, тобто змінюється в залежності від природно-кліматичного фактору.

Сезонний пік виїжджаючого туризму припадає на червень, липень та серпень. Максимальний попит спостерігається в серпні місяці, середній індекс сезонності в якому становив 122,5%, що на 22,5% більше загального середнього значення попиту за 2014—2019 роки.

Мінімальне значення попиту спостерігається в лютому, середньомісячний індекс сезонності в якому дорівнював 76,8%, що на 23,2% менше середнього значення попиту за досліджуваний період. Незначні обсяги реалізації туристичних послуг характерні для зимових та весняних місяців.

Отримані дані засвідчують розповсюджене уявлення про високий сезон в туризмі — літо. Безперечно, що влітку з найбільш сприятливими умовами для рекреаційної діяльності і спостерігається найбільший потік туристів. Однак сезонність у туризмі визначається не лише впливом природних умов, але й соціально-економічними факторами. Насамперед, це структура споживання товарів і послуг, формування пропозицією платіжоспроможного попиту, наявність вільного часу (масові відпустки, шкільні та студентські канікули) тощо. Крім того, сезонність попиту залежить також і від виду туризму. Найбільш яскраво сезонні процеси виявляються у курортному та гірничо-лижньому напрямках та менш помітні у діловому та екскурсійно-пізнавальному туризмі.

На нашу думку, отримані результати засвідчують занадто високу частку закордонних турів влітку, враховуючи наявність власної альтернативи — санаторно-курортної зони Півдня України.

Підрахунок альтернативи відпочинку в Україні та за кордоном показав, що за кордоном громадяни України платять майже ту саму суму, що й у середині країни. Середньостатистична вартість відпочинку людини на тиждень за кордоном становить 15600 грн (600 дол.), в Україні від 10 до 15 тис. грн, і це без включення у турпакет перельоту, трансферту, системи allinclusive, медичного страхування.

Дуже добре продаються закордонні тури на літо за раннім бронюванням. Останні кілька років ці програми рекламують туристичні оператори, що призводить до зростання попиту на виїзний туризм. Під час раннього бронювання ціни на відпочинок нижчі приблизно на 30%, є можливість забронювати будь-який готель і оплатити тур частинами.

На зростання попиту впливає й зміцнення гривні, яке розпочалося в першому півріччі 2019 року. Наприклад, якщо офіційний курс НБУ на 1 січня становив 27,68 грн за долар, то на 1 липня — 24,85 грн за долар.

Також тури по Україні є дорогими внаслідок не дешевих транспортних послуг. Ціни на транспортні послуги

у 2019 році зросли на 7,7%, на залізничний пасажирський транспорт — на 19,2%, на автодорожній пасажирський транспорт — на 7,2% [7]. Так вартість подорожі з Києва до курортного Бердянська коштуватиме в плацкартному вагоні — від 189 грн, купейному — від 339 грн. Водночас кількість плацкартних місць постійно скорочується, а якість купейних не покращується. Автобусний транспорт ще дорожче — біля 660 грн, а ціна авіасполучення Київ — Запоріжжя взагалі починається з 1140 грн. За умов великої кількості дешевих подорожей до Туреччини, Греції, Грузії, Єгипту зацікавити громадян турами по Україні непросто.

Очевидно, що здешевлення перевезення призведе до зростання попиту на внутрішній туризм. Необхідно приймати заходи на рівні держави, регулюючи ціни, інфраструктуру та сервіс Укрзалізниці та ціни на енергоносії на внутрішніх перевезеннях або через податкові пільги для транспортних компаній-лоукостерів.

Автомобільний та автобусний транспорт з врахуванням стану доріг є також проблематичним. Тому уряду слід зайнятися більш активним будівництвом автобанів та прилеглої інфраструктури по всій країні.

Таким чином, демонструється подальше зростання попиту на виїзний туризм, що в майбутньому забезпечуватиме ще більший відтік валюти, який негативно позначиться на платіжному балансі країни і на рівні валового внутрішнього продукту. Враховуючи те, що лише за літо 2019 року українці витратили на закордонний відпочинок біля 1 млрд дол. [5], сформована тенденція розвитку туристичної індустрії країни не забезпечуватиме користь національній економіці, а отже, й бренду України як туристичної країни.

Розрахунок сукупного впливу факторів (табл. 1) показав, що на коливання попиту виїзного туризму найбільше впливають фактори тренду, коефіцієнт частки коливань K_t за досліджуваний період становив 57,1%. Суттєвим є також вплив факторів сезонності, про що свідчить коефіцієнт частки коливань $K_s = 36,4\%$. Щодо випадкових факторів, то частка їх впливу на коливання попиту K_e становить усього 6,4%, а це свідчить, що досліджуваний ринок досить передбачуваний.

Результати аналізу тенденцій розвитку ринку виїзного туризму, його стихійності та циклічності мають велике практичне значення для усвідомлення реальної кон'юнктури ринку та чинників, що її визначають, і можуть бути використані як основа для вибору відповідної моделі прогнозування ринкової ситуації.

Оскільки загальну поведінку попиту виїзного туризму визначають саме фактори тренду, необхідно вивчити основні детермінанти на виїзний туризм в Україні. Згідно з мікроекономічною теорією, найважливішим детермінантом споживчого попиту є доходи населення. Визначимо деякі тенденції в контексті дії рівня доходів населення на розвиток виїзного туризму. Логічно, що є пряма залежність між рівнем економічного розвитку країни та добробутом її громадян, і, з точки зору економічної теорії, саме тому державам з розвинутою економікою належить лідерство на світовому ринку за кількістю поїздок резидентів країни та розміром їхніх витрат за кордоном. Інакше кажучи, світовий досвід демонструє, що країни з високим рівнем доходів населення, з одного боку, генерують більший туристичний потік, а з іншого — є більш привабливими для туристів за країни з низьким рівнем життя. Отже, цей фактор є чинником купівельної спроможності потенційних українських туристів.

ВИСНОВКИ

У статті досліджено сучасний стан та особливості розвитку індустрії туризму в Україні. Обґрунтовано необхідність дослідження сучасного стану та особливостей функціонування туристичної індустрії на Ук-

раїні. Зазначено роль зовнішніх факторів у процесі забезпечення ефективного розвитку туристичної індустрії. Висвітлено основні фактори, що сприяли зростанню виїзного туризму на Україні, зокрема: введення безвізового режиму з країнами ЄС, розширення авіап перевезень та відкриття прямих авіарейсів, зростання кількості пропозицій низькобюджетних турів, зростання купівельної спроможності українців, зміцнення курсу національної валюти. Доведено, що важливою особливістю туристичного бізнесу є залежність від різких сезонних коливань попиту на туристичний продукт. За результатами досліджень зазначається, що виїзний туризм в Україні має яскраво виражену сезонність. Доведено, що сформована тенденція розвитку туристичної індустрії країни не забезпечуватиме користь національній економіці, а отже, й бренду України як туристичної країни. Визначено основні тенденції в контексті дії рівня доходів населення на розвиток виїзного туризму. Зазначається, що країни з високим рівнем доходів населення, з одного боку, генерують більший туристичний потік, а з іншого є більш привабливими для туристів за країни з низьким рівнем життя.

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/10.18111/97892844-19876> (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=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaPivrichchia2016-2017-Rokiv&isSpecial=true> (дата звернення 02.02.2020).
6. Результати оперативно-службової діяльності Держприкордонної служби. Інфографіка 2017-2019 роки — державна прикордонна служба України: URL: <https://dpsu.gov.ua/ua/activity/ohorona-kordonu/> (дата звернення 02.02.2020).
7. Індекси споживчих цін на товари і послуги. Ціни. Статистична інформація. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 02.02.2020).
8. Кальченко С.В., Демко В.С. Стратегічні напрямки розвитку туристичної галузі в Запорізькій області. Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). 2019. № 1. С. 121—128.
9. Куліш І.М. Екологічний туризм як чинник розвитку сільських територій України. Економіка АПК. 2013. № 2. С. 80.
10. Малік М.Й., Мамчур В.А. Самозайнятість та розвиток несільськогосподарського підприємництва на селі. Економіка АПК. 2019. № 4. С. 39.
11. Пугач Н. А. Інформаційно-консультаційне забезпечення розвитку сільського туризму. Економіка АПК. 2014. № 9. С. 86.

Таблиця 1. Розрахунок сезонної хвилі продажу виїзного тур продукту, млн

| Місяці | Роки | | | | | | Разом | Y _{сер.} | I _{сез.} |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|-------------------|-------------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | | | |
| Січень | 1,76 | 1,726 | 2,07 | 2,211 | 2,629 | 2,63 | 13,026 | 2,171 | 0,828683 |
| Лютий | 1,461 | 1,609 | 2,157 | 2,118 | 2,322 | 2,4 | 12,067 | 2,011167 | 0,767674 |
| Березень | 1,695 | 1,797 | 2,397 | 2,661 | 2,557 | 2,8 | 13,907 | 2,317833 | 0,88473 |
| Квітень | 1,751 | 1,844 | 2,441 | 2,843 | 2,886 | 2,74 | 14,505 | 2,4175 | 0,922774 |
| Травень | 1,969 | 2,065 | 2,76 | 2,846 | 3,032 | 3,342 | 16,014 | 2,669 | 1,018772 |
| Червень | 2,299 | 2,266 | 2,892 | 3,152 | 3,325 | 3,511 | 17,445 | 2,9075 | 1,109809 |
| Липень | 2,19 | 2,7 | 2,889 | 3,381 | 3,567 | 3,698 | 18,425 | 3,070833 | 1,172155 |
| Серпень | 2,407 | 2,702 | 3,114 | 3,477 | 3,691 | 3,863 | 19,254 | 3,209 | 1,224894 |
| Вересень | 2,016 | 2,485 | 2,853 | 3,108 | 3,391 | 3,469 | 17,322 | 2,887 | 1,101984 |
| Жовтень | 2,197 | 2,422 | 2,673 | 3 | 3,253 | 3,259 | 16,804 | 2,800667 | 1,06903 |
| Листопад | 1,854 | 2,348 | 2,4 | 2,701 | 2,896 | 2,962 | 15,161 | 2,526833 | 0,964507 |
| Грудень | 1,885 | 2,394 | 2,356 | 2,698 | 2,513 | 2,851 | 14,697 | 2,4495 | 0,934988 |
| Разом | 23,484 | 26,358 | 31,002 | 34,196 | 36,062 | 37,525 | 188,627 | 2,619819 | 12 |

Джерело: розраховано авторами за даними [6].

References:

1. Knoema (2020), "World Data Atlas", 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. UNWTO (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. Official site of the Zaporozhye State Statistics Service (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=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaPivrichchia2016-2017-Rokiv&isSpecial=true> (Accessed 2 February 2020).
6. Official site of the Zaporozhye State Statistics Service (2020), "Results of operational and service activity of the State Border Guard Service. Infographic 2017—2019 — the State Border Guard Service of Ukraine", available at: <https://dpsu.gov.ua/ua/activity/ohorona-kordonu/> (Accessed 2 February 2020).
7. Official site of the Zaporozhye State Statistics Service (2020), "Consumer price indices for goods and services. Prices. Statistical information. State Statistics Service of Ukraine", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 2 February 2020).
8. 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.
9. Kulish, I.M. (2013), "Ecological tourism as a factor of development of rural territories of Ukraine", APK economy, vol. 2, pp. 80—85.
10. Malik, M.I. and Mamchur, V.A. (2019), "Self-employment and development of non-agricultural entrepreneurship in rural areas". APK economy, vol. 4, pp. 39—46.
11. Pugach, N.A. (2014), "Information and consulting support for the development of rural tourism", APK economy, vol. 9, pp. 86—91.

Стаття надійшла до редакції 11.04.2020 р.