

УДК 338.48

Л. О. Алещенко,
асистент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7119-2922>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.12.131

ОСНОВНІ ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ КРАЇНИ ТА РЕГІОНУ

L. Aliesnchenko,
Assistant of the Department of Management and Information
Technologies, Kherson State Agrarian and Economic University

THE MAIN ECONOMIC INDICATORS OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR IN THE COUNTRY AND THE REGION

Основною метою даної статті є проаналізувати ключові економічні показники розвитку туристичної сфери в Україні та її регіонах. Об'єктом дослідження виступає діяльність суб'єктів туристичного бізнесу, а предметом наукового вивчення є чинники та компоненти системи управління доходами підприємств в галузі туризму.

Україна зазнала ряду кризових викликів, таких як пандемія та воєнні конфлікти, які призвели до суттєвого зменшення в'їзного туристичного потоку. Ці складні обставини негативно позначилися на структурі туристичної галузі та здатності країни реалізувати свій туристичний потенціал як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Особливо помітним стало значне зменшення кількості іноземних туристів, які відвідували Україну.

Це вплинуло на дохід туроператорів і турагентів, що призвело до зменшення сплати податків та негативно позначилося на загальному стані економіки та надходженнях до державного та місцевих бюджетів. Багато суб'єктів туристичного бізнесу на окупованих та деокупованих територіях були змушені припинити свою діяльність та перенести свої підприємства в безпечні регіони. На сьогоднішній день, повернення цих суб'єктів та відновлення їхньої діяльності є складним завданням, яке потребує комплексного підходу.

Тому вивчення основних економічних показників розвитку туристичної галузі в Україні та її регіонах має велике значення для проведення досліджень. Це дозволить визначити поточний стан галузі та знайти шляхи її відновлення та розвитку, спрямовані на підтримку економічного зростання, а також на популяризацію туристичного потенціалу країни на міжнародному рівні.

The main purpose of this article is to analyze key economic indicators of the tourism sector's development in Ukraine and its regions. The research object is the activities of tourism industry entities, while the subject of scientific study is the factors and components of revenue management systems in the tourism industry.

Ukraine has faced a series of crisis challenges, such as the pandemic and military conflicts, which have led to a significant decrease in inbound tourist flow. These difficult circumstances have had a negative impact on the structure of the tourism industry and the country's ability to realize its tourism potential both domestically and internationally. There has been a particularly noticeable decline in the number of foreign tourists visiting Ukraine.

This has affected the income of tour operators and travel agents, resulting in reduced tax payments and a negative impact on the overall state of the economy and revenue to the state and local budgets. Many tourism industry entities in occupied and de-occupied territories have been forced to cease their operations and relocate their businesses to safe regions. Currently, the return of these entities and the restoration of their activities pose a challenging task that requires a comprehensive approach.

Based on statistical data, it has been determined that the number of tourism industry entities in Ukraine is constantly decreasing, along with the number of employees and income. Outbound tourism dominates the structure of tourism flows, accounting for over 90%, indicating a low level of attractiveness of Ukrainian tourist destinations for foreign tourists and inadequate development of domestic tourism. Leisure and recreation prevail among tourism objectives, while the experience of developed countries suggests the need to develop high-income tourism types.

Therefore, studying the key economic indicators of the tourism industry's development in Ukraine and its regions is of great importance for conducting research. This will help determine the current state of the industry and find ways to restore and develop it, aiming to support economic growth and promote the country's tourism potential at the international level.

Ключові слова: економічні показники, управління, туристичний бізнес, суб'єкти туристичного бізнесу, розвиток регіонів, туроператори, тур агенти, дохід, прибутковість, кількісні та якісні показники.

Key words: economic indicators, management, tourism business, tourism business entities, regional development, tour operators, tour agents, income, profitability, quantitative and qualitative indicators.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Україна зазнала серії кризових процесів, які включали в себе пандемію та воєнні дії, що призвели до надзвичайного зменшення в'їзного туристичного потоку. Ці складні обставини негативно позначилися на структурі туристичної галузі та здатності країни реалізувати свій туристичний потенціал як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Особливо помітним є значне зменшення кількості іноземних туристів, які відвідували Україну.

Внаслідок цього, дохід туроператорів і турагентів значно скоротився, що призвело до зменшення сплати податків, що має негативний вплив на загальний стан економіки та надходження до державного та місцевих бюджетів. Багато суб'єктів туристичного бізнесу на окупованих та деокупованих територіях змушені були припинити свою діяльність та релокувати свої підприємства в безпечні регіони. На сьогоднішній день, питання повернення цих суб'єктів та відновлення їхньої діяльності стає надзвичайно проблематичним і вимагає комплексного вирішення.

Тому, вивчення основних економічних показників розвитку туристичної галузі в Україні та її регіонів є актуальною темою для проведення досліджень. Це дозволить з'ясувати стан справ у галузі та визначити шляхи відновлення та розвитку, спрямовані на підтримку еко-

номічного зростання, а також на популяризацію туристичного потенціалу країни на міжнародній арені.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченням сучасного стану, проблем та перспектив розвитку туризму в Україні займалися такі вчені: В. Грановська, Ю. Кирилов [1,2], Г. Жосан [3], В. Крикунова [4], Ковальов Д. В., С. Грабовенська [6] та інші.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою наукової роботи є дослідження основних економічних показників розвитку суб'єктів туристичного бізнесу країни.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Суб'єкти туристичного бізнесу діють в різних регіонах України, загальна кількість юридичних осіб у 2020 р. становила 1561, а фізичних осіб — турагентів — 2306 (табл. 1).

Кількість юридичних осіб, порівняно з 2019 р. зменшилася від 1797 до 1561, або на 13,1%. Кількість юридичних осіб також зменшилася на 338 (на 12,8 %). Основною причиною скорочення кількості туроператорів і турагентів була пандемія.

Таблиця 1. Кількість туроператорів та турагентів за регіонами

Регіони	2019 р.				2020 р.			
	Кількість туроператорів та турагентів - юридичних осіб	З них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців	Кількість туроператорів та турагентів - юридичних осіб	З них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців
туроператори		турагенти	туроператори			турагенти		
Україна	1797	538	1259	2644	1561	452	1109	2306
м. Київ	865	361	504	331	750	313	437	273
Дніпропетровська	111	15	96	318	109	15	94	322
Львівська	134	61	73	225	97	38	59	168
Південний регіон	151	18	133	267	120	14	106	217
Миколаївська	21	3	18	63	20	1	19	69
Одеська	120	13	107	141	92	12	80	102
Херсонська	10	2	8	63	8	1	7	46
Частка південних областей, %	8,4	3,3	10,6	10,0	7,6	3,1	9,6	9,4

Таблиця 2. Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, осіб

Показники	2019 р.			2020 р.		
	Усього	У тому числі обслужені		Усього	У тому числі обслужені	
		туроператорами	турагентами		туроператорами	турагентами
Юридичні особи						
Кількість обслужених туристів,						
усього	5319952	3134115	2185837	1957410	1412851	544559
у тому числі в'їзних (іноземних) туристів	83703	37896	45807	11773	8369	3404
виїзних туристів	4786594	2759735	2026859	1758107	1275653	482454
внутрішніх туристів	449655	336484	113171	187530	128829	58701
Фізичні особи-підприємці						
Кількість обслужених туристів,						
усього	812145	x	812145	402868	x	402868
у тому числі в'їзних (іноземних) туристів	3137	x	3137	191	x	191
виїзних туристів	738272	x	738272	367595	x	367595
внутрішніх туристів	70736	x	70736	35082	x	35082

У 2020 р. в країні діяли 452 туроператори. з яких 313 були розміщені в Києві, 15 у Дніпропетровській і 38 у Львівській області. В той час у південних областях було лише 14 туроператорів, 12 з яких — в Одеській області. Частка південних областей у загальній кількості туроператорів України становить 3,1 %.

У регіоні також зменшилася кількість турагентів: юридичних осіб — від 113 до 106, а фізичних осіб — від 267 до 218. Частка регіону за їх кількістю становить відповідно 9,6 і 9,4 %.

Така мала кількість діючих суб'єктів підприємництва у південних областях і тенденція до їх зниження є негативним явищем, що свідчить про кризові процеси, закриття бізнесу, зниження доходності і прибутковості.

Причиною закриття туристичних фірм у 2020 р. в країні, як і у всьому світі стала корона вірусна інфекція. Якщо у 2019 р. кількість туристів, яких обслужили ту-

роператори і турагенти, які мали статус юридичних осіб, 5320 тис. осіб, то у 2020 р. — лише 1957,4 тис. осіб, або на 63,2 % (табл. 2).

Кількість туристів, які отримали послуги від фізичних осіб, також зменшилася вдвічі — від 812,1 до 402,9 тис. осіб.

У структурі туристів значну перевагу мають виїзні туристи, їх частка у категорії юридичних осіб становить 89,8 % (рис. 1).

Внутрішні туристи займали 9,6 % у загальній структурі, а в'їзні — лише 0,6 %. Серед туристів, яких обслуговували фізичні особи туроператори структура аналогічна — 91,2 виїзні туристи, 8,7 % — внутрішні і 0,05 % в'їзні туристи. Отже, у структурі туристичних потоків переважає виїзний туризм, що свідчить про низький рівень привабливості туристичних дестинацій України для іноземних туристів. Необхідно розвивати також

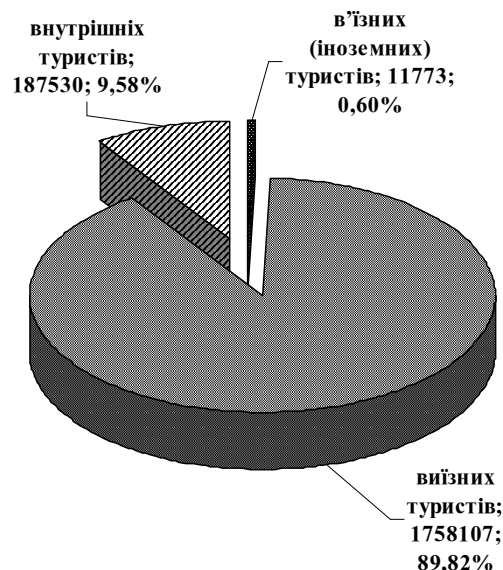


Рис. 1. Кількість туристів, обслужених юридичними особами у 2020 р. в Україні, осіб

Таблиця 3. Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та тур агентами за метою поїздки та видами туризму у 2020 р., осіб

Показники	Усього	У тому числі за метою поїздки					
		служба, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інша
Юридичні особи							
Кількість туристів	1957410	59627	1871767	14603	1165	4557	5691
у тому числі обслуговано							
туроператорами	1412851	30212	1371694	6144	755	3306	740
турагентами	544559	29415	500073	8459	410	1251	4951
з них							
в їзних (іноземних) туристів	11773	481	8444	232	256	2304	56
виїзних туристів	1758107	14089	1741695	642	336	28	1317
внутрішніх туристів	187530	45057	121628	13729	573	2225	4318
Фізичні особи-підприємці							
Кількість туристів, обслугованих турагентами	402868	1571	397504	3318	373	27	75
з них							
в їзних (іноземних) туристів	191	–	152	39	–	–	–
виїзних туристів	367595	998	366212	94	189	27	75
внутрішніх туристів	35082	573	31140	3185	184	–	–

внутрішній туризм і залучати до подорожей різні категорії населення.

Дослідження структури туристів за метою і видами туризму свідчить, що у 2020 р. загальна кількість осіб, яких обслужили туроператори і тур агенти юридичні особи становила 1 957, 4 тис. осіб, з яких з метою відпочинку придбали тур 1 871,8 тис. осіб (95,6 %).

З метою ділових зустрічей і навчання були клієнтами туроператорів і турагентів 59627 осіб (3,1%), лікування — 14603 особи (0,75%), 1165 осіб отримали путівку спортивного туризму, 4557 осіб — спеціалізованого (табл. 3).

Подібна структура придбання туристичних послуг і у фізичних осіб-підприємців. Із загальної кількості туристів 402,9 тис. осіб з метою дозвілля і відпочинку отримали тур 397,5 тис. осіб.

Це свідчить про нераціональну структуру попиту на види туристичних послуг, що негативно позначається на розвитку вітчизняної галузі туризму (рис. 2).

У структурі чисельності туристів переважає дозвілля і відпочинок. Показники для юридичних і фізичних осіб становили 95,6 та 98,7 %. Вітчизняні туристичні підприємства недостатньо уваги приділяють тим видам туризму, які приносять вищі доходи і формують позитивний імідж країни як туристично привабливого регіону. Зокрема частка лікувального, спортивного та спеціалізованого туризму у 2020 р. становить 0,75; 0,06 та 0,23 % відповідно.

Досвід провідних країн у сфері туризму свідчить про необхідність розвитку спеціальних видів туризму, що забезпечуватиме зростання туристичних потоків як зовнішніх, так і внутрішніх, сприятиме зростанню доходів туроператорів і турагентів, збалансованому і комплексному розвитку вітчизняного туризму в національних і регіональних масштабах. В Україні є величезний потенціал зеленого, лікувального, спортивного та інших видів туризму. Але для цього необхідна інтеграція суміжних галузей і значний приток інвестиційних ресурсів. Проведений аналіз довоєнного розвитку туризму свідчить про необхідність удосконалення видової структури туризму, формування комплексного підходу до туристичної сфери, використання наявного природно-ресурсного, матеріально-технічного, рекреаційного, та інших видів потенціалу країни. Післявоєнна відбудова регіонів неможлива без сталого розвитку територій, а роль туризму в даній сфері незаперечна.

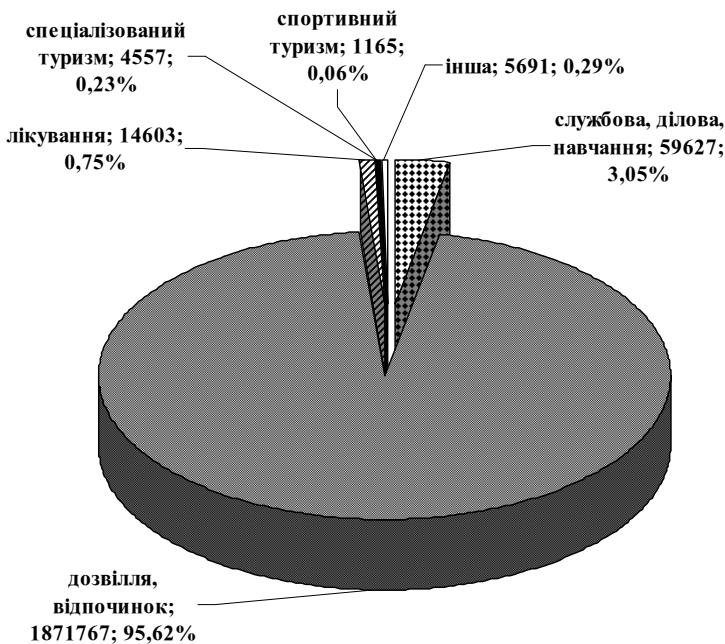


Рис. 2. Структура туристів за видами туризму, обслугованих юридичними особами у 2020 р. в Україні, осіб.

Таблиця 4. Національний рейтинг туристичних компаній

№	Назва компанії	Особливості діяльності
1	Туроператор Join UP!	- співробітники компанії приєдналися до ЗСУ, тер оборони, створили власний добровільний загін оборони «Скубат»; - оператор запустив програму «Як вдома» для українців, які тимчасово виїхали з країни, домовлявся про їх проживання в готелях та апартаментах Чорногорії, Іспанії та Грузії; - має перевагу у вигляді діючого повітряного флоту, створює дочірню компанію на Мальті SkyUp, стає повноцінною європейською компанією, яка літатиме між країнами ЄС.
2	Туроператор Coral Travel входить до великої міжнародної структури OTI Holding	- офіси компанії у різних регіонах України були перепрофільовані та почали використовувати свої ресурси для волонтерства; - навесні компанія відновила туристичну діяльність та підготувала кілька нових турів та напрямків; - спільно з партнерами Coral Travel Poland запропоновано українським туристам нову послугу – бронювання пакетних турів з вильотом з Польщі; - станом на липень доступні тури з Варшави до Туреччини, Єгипту, Греції та Іспанії, а також з Жешува до Анталії.
3	Туроператор Alf	- у довоєнний час була одним із лідерів адриатичних маршрутів; - продовжила свою роботу і під час війни, зумівши зберегти свій колектив, а навесні почала активно розвивати автобусні напрямки; - у пріоритетах туроператора – десятки літніх «пляжних» турів до Албанії, Болгарії, Туреччини, Хорватії та Чорногорії.
4	Міжнародний туристичний оператор Tez Tour	- традиційно входила до списків лідерів за низкою напрямків, зокрема, Єгиптом, Туреччиною, Грецією, Італією, Іспанією, ОАЕ; - працює віддалено – продає тури по всьому світу з вильотом із найближчих до України закордонних аеропортів: Кишинєва, Варшави, Будапешта та багатьох інших; - допомагає волонтерам та надає допомогу захисникам країни, а деякі співробітники взяли до рук зброю для оборони країни.
5	Компанія Eurotrips (Київ)	- є безумовним лідером у сегменті авторського молодіжного туризму; - основні напрямки: Центральна Європа, Італія, Іспанія, Франція, Чехія; - діяльність туроператора набула волонтерського характеру в період війни – було організовано евакуаційні рейси з Києва, Дніпра, Львова та Одеси до країн найближчого зарубіжжя; - гордістю компанії є екстрена евакуація 1500 осіб із прифронтового Краматорська до міст Німеччини; - вдалося зберегти на 90% робочі місця, а до кінця літа планується вихід на початкові 100% команди; - пропонує виїзди з України та Польщі, а в планах – відновлення авторських турів Європою та Азією; - 20% від доходів спрямовують на потреби ЗСУ та благодійні фонди.
6	Львівський туроператор «Відвідай» , найкраща турфірма України 2020 та 2021 рр. за результатами конкурсу Ukraine Tourism Awards	- компанія перетворила свій головний офіс на волонтерський центр - плели маскувальні сітки, сушили овочі та фрукти для фронту та допомагали людям евакуюватися за кордон; - зберегла колектив, відновила основну діяльність, обслужила понад 5тис. туристів; - діяльність компанії відновилася приблизно на 50-60%; - пріоритет має внутрішній туризм: екскурсії та тури Карпатами; - 50% прибутку компанія виділяє на потреби ЗСУ.
7	Туроператор TPG (Travel Professional Group)	- входить до списків лідерів за низкою напрямків - Єгиптом, ОАЕ, Шрі-Ланкою, Таїландом, Кіпром, Чехією, Іспанією, Болгарією та Індією; - вдалося зберегти свій колектив при постійній виплаті зарплати; - організувала безкоштовні автобусні евакуаційні рейси із Києва до Західної України з подальшим розміщенням людей у гуртожитках; - має представництва в Польщі та Казахстані і в планах – початок активної роботи в цих країнах; - пропонує автобусні тури з великих міст України, возить туристів на традиційні літні курорти – від Туреччини до Хорватії.
8	Львівський туроператор Аккорд Тур	- компанія з 20-річною історією спеціалізувалася на власних автобусних турах; - організовувала евакуаційні рейси до країн ЄС та інших держав, офіси компанії стали волонтерськими штабами, а співробітники чергували у пунктах допомоги біженцям; - повноцінно відновила свою основну діяльність та пропонує туристам десятки автобусних турів по всій Європі; - стабільні робочі місця, донати ЗСУ, сплата податків.
9	Туроператор «Travel» (Дніпро)	- спеціалізувалася на авторських турах Європою, Грузією та Україною; - створила благодійний Фонд «Корабель допомоги», який закуповує у Великій Британії та доставляє до лікувальних закладів Дніпропетровської області сучасні машини швидкої допомоги; - пропонує подорожі автобусами до Болгарії, Греції та на Балкани з Дніпра та інших міст України; - частина квитків на щотижневих рейсах з Одеси до Болгарії та Греції безкоштовно поширюється серед переселенців, які змушені залишити свої будинки через війну.
10	Туроператор Фесрія	- першовідкривач багатьох напрямків як у Європі, так і в екзотичних країнах; - компанія приєдналася до величезної армії волонтерів, а частина співробітників добровільцями пішла на фронт та тер оборону; - компанія знову активна в туристичному бізнесі, вимушено переключившись виключно на автобусні тури; - важливою складовою компанії є внутрішній туризм – популярні багатоденні тури гірськими районами Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей.

Джерело: систематизовано за [8].

Рейтингове агентство "ElitExpert" та Міжнародний експертний клуб склали Національний рейтинг туристичних компаній, щоб підтримати та

виділити тих представників бізнесу, які часом на шкоду собі продовжують працювати на благо країни.

Критеріями оцінки діяльності туристичних компаній стали три чинники — збереження (по можливості) обсягів своєї діяльності; збереження робочих місць; а також волонтерство — допомога державі та ЗСУ. Таким чином, підсумковий рейтинг став маркером і підтримкою тих туристичних компаній, що найбільш гідно впоралися із найскладнішим викликом, який став перед галуззю за весь час незалежності країни (табл. 4).

Зростання доходів від надання туристичних послуг протягом досліджуваного періоду пов'язане зі збільшенням як вартості туристичних послуг, так і зростанням чисельності проданих турпакетів. Оскільки кількість суб'єктів туристичної діяльності та доходи отримані ними прямо залежать від кількості обслуговуваних туристів, тому доцільно провести аналіз кількості туристів, обслуговуваних саме суб'єктами туристичної діяльності України [9].

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Отже, на сучасному етапі не тільки доходи і прибутковість, кількість і якість обслуговуваних туристів стають основним критеріями рейтингу, а й участь компаній у волонтерському русі, допомога населенню і державі під час війни. Участь перелічених компаній у перемозі над ворогом суттєва і концентрується на допомозі у переміщенні і влаштуванні тимчасово переміщених осіб, матеріальній і грошовій допомозі, сплаті податків, відновлення зайнятості і рівня доходів працівників.

Література:

1. Yuriy Kyrylov, Viktoriia Hranovska, Hanna Zhosan, Inna Dotsenko, Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine in the Context of the Fourth Industrial Revolution. Solid State Technology. Volume: 63 Issue: 6. Publication Year: 2020. pp. 1430—1448. (Індексація в Scopus).
2. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Економічний механізм формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. Міжнародний науково-практичний журнал "Економіка АПК". 2020. № 5. С. 45.
3. Olha Garafonova, Hanna Zhosan, Viktoriia Marhasova, Nataliia Tkalenko, Kateryna Trukhachova MATRIX METHOD OF COMPETITIVE ANALYSIS OF THE RESULTS OF ECONOMIC ACTIVITY OF HOSPITALITY ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF STRATEGIZATION AND DIGITAL TRANSFORMATION. "MANAGEMENT THEORY AND STUDIES FOR RURAL BUSINESS AND INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT. Volume 43. Issue 2. Page 237—248" 2021-<https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/2355>
4. Крикунова В.М., Алещенко Л.О. Перспективи розвитку молодіжного підприємництва Херсонської області в сфері туристичного бізнесу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: Науковий журнал. Вип. 4. 2020. С 107—115.
5. Ковальов Д. В. Оцінка сучасного стану туристично-рекреаційного потенціалу Херсонської області. Ефективна економіка. № 4. 2021. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/89.pdf.
6. Грабовенська С.П. Конкуренентоспроможність територіальних ринків туристичних послуг в Україні. дис. ... канд. екон. наук. 08.00.03 / Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2017. 222 с.
7. Alieschenko L. O. Analysis of activities and prospects of development of tourist business entities.

Global aspects of national economy development in the conditions of transformational changes Collective monograph Lviv-TorunLiha-Pres 2021. 248 p.

8. Національний рейтинг найкращих туристичних компаній України, які працюють в умовах війни. URL: <https://www.elitukraine.com/news/nacionalnyj-rejting-luchshih-turisticheskikh-kompanij-ukrainy-rabotajuschih-v-uslovijah-vojny/?lang=ua> (дата звернення 12.05.2023).

9. Погуда Н. В., Розметова О. Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (дата звернення 15.05.2023).

References:

1. Kyrylov, Y. Hranovska, V. Zhosan, H. and Dotsenko, I. (2020), "Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine in the Context of the Fourth Industrial Revolution", Solid State Technology, Vol. 63, no. 6, pp. 1430—1448.
 2. Kyrylov, Yu.Ye. Hranovska, V.H. and Alieschenko, L.O. (2020), "Formation of competitive advantages of tourism industry entities", Mizhnarodnyj naukovopraktychnyj zhurnal "Ekonomika APK", vol. 5, pp. 45.
 3. Garafonova, O. Zhosan, H. Marhasova, V. Tkalenko, N. and Trukhachova. K. (2021), "Matrix method of competitive analysis of the results of economic activity of hospitality enterprises in the conditions of strategization and digital transformation", Management theory and studies for rural business and infrastructure development, vol. 43, no. 2, pp. 237—248, available at: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/2355> (Accessed 12.05.2023).
 4. Krykunova, V.M. and Alieschenko, L.O. (2020), "Prospects for the development of youth entrepreneurship in the Kherson region in the field of tourism business", Tavrijs'kyj naukovyj visnyk. Serii: Ekonomika: Naukovyj zhurnal, vol. 4, pp. 107—115.
 5. Kovalyov, D. (2021), "Assessment of the current state of the tourist and recreational potential of the kherson region", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/89.pdf (Accessed 12.05.2023).
 6. Hrabovska, S.P. (2017), "Competitiveness of territorial markets of tourist services in Ukraine", Ph.D. Thesis, Economy, L'viv's'kyj natsional'nyj universytet imeni Ivana Franka, L'viv, Ukraine.
 7. Alieschenko, L.O. (2021), Analysis of activities and prospects of development of tourist business entities. Global aspects of national economy development in the conditions of transformational changes. Collective monograph, Liha-Pres, Lviv-Torun.
 8. elitukraine.com (2022), "National rating of the best tourist companies of Ukraine, which work in war conditions", available at: <https://www.elitukraine.com/news/nacionalnyj-rejting-luchshih-turisticheskikh-kompanij-ukrainy-rabotajuschih-v-uslovijah-vojny/?lang=ua> (Accessed 12.05.2023).
 9. Pohuda, N.V. and Rozmetova, O.G. (2018), "The modern state of the tourist market: estimation and prospects of development", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 10, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (Accessed 15.05.2023).
- Стаття надійшла до редакції 06.06.2023 р.*