

СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ WORLD TOURISM SERVICES MARKET MONITORING SYSTEM

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-4>

Мамотенко Д.Ю.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Гресь-Євреїнова С.В.

к.е.н., доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Шелеметьєва Т.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Mamotenko Daria

National University
«Zaporizhzhia Polytechnic»

Hres-Yevreinova Svitlana

National University
«Zaporizhzhia Polytechnic»

Shelemetieva Tetiana

National University
«Zaporizhzhia Polytechnic»

Постановка проблеми. Комплексні дослідження кон'юнктури, тенденцій і проблем світового ринку туристичних послуг необхідні, насамперед, для можливості правильного прогнозування розвитку світового ринку в середньостроковій і довгостроковій перспективі. В інформаційну епоху моніторинг світового ринку туристичних послуг є найважливішим джерелом аналітичної інформації про сферу туризму і одночасно інструментом функціональної діагностики. Особливо велика роль інформації в управлінській діяльності у сфері туризму, в процесі прийняття адекватних рішень на всіх рівнях – від окремих підприємств до органів державного регулювання туристської діяльності в регіонах і країні в цілому. Туристським адміністраціям моніторинг світового ринку туристичних послуг необхідний для визначення вихідного стану туристського ринку, вироблення державної політики у сфері туризму, розробки концепцій, стратегій і програм розвитку туризму та заходів щодо їх реалізації, моніторингу управлінської діяльності та

У статті розглянуто систему моніторингу ринку туристичних послуг, яка використовується при проведенні досліджень туристичних ринків, що обумовлено необхідністю відстежувати постійні кон'юнктурні зміни, викликані інтенсивними динамічними змінами зовнішнього середовища. На відміну від традиційного маркетингового аналізу моніторинг дозволяє збирати і накопичувати інформацію протягом досить тривалого періоду часу, що позитивним чином впливає на обґрунтованість і якість прийнятих управлінських рішень. Розглянуто оновлений індекс розвитку подорожей і туризму (Travel & Tourism Development Index 2021 – TTDI) Всесвітнього Економічного Форуму, який раніше протягом 15 років виходив під назвою TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index). Оновлений рейтинг складається з п'яти індексів, 17 основних показників (+ 3 нових) і 112 окремих показників, розподілених за різними основними показниками. Постійний якісний моніторинг світового ринку туристичних послуг має особливо велику роль інформації в управлінській діяльності у сфері туризму, в процесі прийняття адекватних рішень на всіх рівнях – від окремих підприємств до органів державного регулювання туристської діяльності в регіонах і країні в цілому.

Ключові слова: моніторинг, світовий ринок туристичних послуг, інформація, прогнозування, статистика, Світовий економічний форум, TTDI, прийняття рішень.

The article discusses the system of monitoring tourist services, which is used in the study of tourist markets, due to the need to monitor the constant market changes caused by intense dynamic changes in the environment. Based on traditional marketing analysis, monitoring allows you to select and accumulate information over a long period of time, which has a positive effect on the validity and quality of management decisions. The current problems of the monitoring system of the world market of tourist services, which are common to the vast majority of countries, have been identified. The main task of solving the problems is to ensure the coherence and interconnectedness of different indicators, which will have a systematic nature of monitoring the market of tourist services. The updated Travel & Tourism Development Index 2021 (TTDI) of the World Economic Forum, previously published under the name TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index) for 15 years, is considered. The updated rating consists of five indices, 17 main indicators (+ 3 new ones) and 112 separate indicators, distributed by different main indicators. The rating emphasizes that the world tourism industry as a whole has experienced great difficulties during the analyzed period. Restrictive measures, the economic downturn, and tourists' fears of new travel have led to a loss of \$ 4.5 trillion in tourism GDP and a reduction of 62 million jobs in 2020 alone. However, there is an active growth of domestic and ecological tourism, an increase in the number of digital nomads and "bleisure" – business tourists who combine business travel with vacation in the place of residence. Japan (1st place, + 3), USA (2nd place, + 3) took the leading positions in the world ranking. Behind them are traditional European destinations – Spain, France, Germany. Continuous quality monitoring of the global market of tourist services has a particularly important role of information in the management of tourism, in the process of making adequate decisions at all levels – from individual enterprises to government regulators of tourism in the regions and the country as a whole.

Key words: monitoring, world market of tourist services, information, forecasting, statistics, World Economic Forum, TTDI, decision making.

оцінки її ефективності. Бізнес потребують ємного інформаційного ресурсу для вибору цільових сегментів туристського ринку, формування нових туристських продуктів, коригування маркетингової стратегії, прийняття оперативних рішень про інвестиції, розширення виробництва, реалізації послуг тощо. Потенційні інвестори у сфері туризму за допомогою актуальної статистичної інформації оцінюють інвестиційну привабливість території та ефективність вкладення коштів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У розвиток системи моніторингу ринку туристичних послуг внесли лепту окремі вчені та творчі колективи. Роботи зарубіжних вчених можна умовно розділити на дві основні групи. Перша, досить численна, включає дослідження з широкого кола питань розвитку туризму, засновані на аналізі великого масиву статистичної інформації та використанні сучасних методів статистики. У цій групі робіт переважають статті, присвячені економічній поведінці туристів. Вони характеризуються

добре опрацьованим методичним апаратом, використанням методів математичної та економічної статистики, а також економетрики. Автори застосовують методи аналізу часових рядів, зокрема спектральний (Фур'є) аналіз [9], методи багатовимірної статистичного аналізу – факторний аналіз, кластерний аналіз [6], гравітаційні моделі [11] та ін. Друга група робіт присвячена переважно питанням методології статистики туризму. Автори детально розглядають галузеву структуру туризму з виділенням трьох головних розділів: туристські прибутті, туристичні витрати, туристська поведінка населення [8]. У центрі уваги зарубіжних вчених залишається розробка допоміжного рахунку туризму [10]. Заслужують увагу роботи, в яких узагальнена практика використання різних методів статистичного спостереження в туризмі, зокрема методу вибіркового опитування відвідувачів, методів спостереження із залученням операторів мобільного зв'язку та ін. [5]. Зустрічаються статті, присвячені сучасному стану і перспективам розвитку системи моніторингу туризму в окремих країнах [7].

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття поняття та способів моніторингу світового ринку туристичних послуг з особливою увагою до застосування з цією метою індексу розвитку подорожей і туризму (Travel & Tourism Development Index 2021 – TTDI) Всесвітнього Економічного Форуму, який раніше протягом 15 років виходив під назвою TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index).

Виклад основного матеріалу дослідження. Моніторинг у широкому сенсі можна визначити як організоване на постійній основі спостереження за будь-яким процесом з метою зіставлення наявного стану з очікуваними результатами, постійне відстеження ходу будь-яких процесів за чітко визначеними показниками [1].

Моніторинг ринку туристичних послуг можна визначити як систему збору, обробки, зберігання та поширення інформації про сферу туризму, як правило, в якому-небудь певному регіоні. Залежно від поставлених цілей дослідження та спектру вирішуваних завдань виділяють три основні концепції моніторингу: моніторинг як спостереження; моніторинг як аналітичний і прогностичний інструмент; моніторинг як інструмент розробки корекційних заходів [1].

Завдання кожного подальшого моніторингу ускладнюються. Так, найпростіший – моніторинг-спостереження передбачає тільки збір інформації та її первинну обробку. Моніторинг-інструмент прогнозу та аналізу ставить основними цілями більше деталізований аналіз об'єктів моніторингу, а також розробку прогнозу їх розвитку. Моніторинг як інструмент розробки корекційних заходів – це вже основа для вироблення управлінських рішень.

Слід зазначити, що моніторинг світового ринку туристичних послуг є як науковий напрямок так і область практичної діяльності. Як галузь науки – розробляє систему прийомів та методів збору, обробки, аналізу числової інформації, що характеризує стан і розвиток світового ринку туристичних послуг. Як область практичної діяльності – збір та узагальнення цифрових відомостей про явища та процеси, що відбуваються у сфері туризму, в першу чергу оцінку реального внеску туризму в економіку окремих країн, а також оцінку туристських потоків, навантаження на туристську інфраструктуру, задоволення туристського попиту та відповідності споживчих очікувань пропозиціям на ринку туристських послуг.

Проблеми моніторингу світового ринку туристичних послуг обумовлені різними причинами. Багато в чому вони впливають з особливостей об'єктів аналізу (індивідуальні та колективні споживачі туристських продуктів, з одного боку, і підприємства, організації та установи, що виробляють товари і послуги, пов'язані з туризмом – з іншого), високого ступеня мобільності подорожуючих осіб з туристськими цілями, властивими їм якісними ознаками (вплив суб'єктивного фактора на споживчий вибір туристів), які не піддаються прямому числовому вираженню.

Одна з причин криється в складній економічній природі сфери туризму. Вона не є галуззю економіки і не може розглядатися навіть як сукупність секторів різних галузей. Туризм являє собою складне збірне угруповання видів економічної діяльності, складові якої розкидані по багатьох, якщо не по більшості галузей економіки. Такий міжгалузевий характер сфери туризму серйозно ускладнює її статистичне спостереження.

Додаткові проблеми моніторингу ринку туристичних послуг виникли в умовах реформування національних систем статистичного обліку в туризмі та їх переходу на міжнародні стандарти. Поряд з давно використовуваними показниками в практиці статистичних робіт, з'явилися нові, що розраховуються на інших сучасних методологічних принципах. Такі показники, як наприклад кількість міжнародних туристських прибуттів, мають давню історію і несуть значення традиційного підходу до вирішення методологічних питань у статистиці туризму – з боку відвідувачів та їх попиту на туристські продукти.

Інші показники: валова додана вартість, проміжне споживання, валові капвкладення в основні фонди в сфері туризму, зайнятість в індустрії туризму тощо почали використовуватися недавно і більшою мірою орієнтовані на принципи побудови системи національних рахунків.

Таким чином, завдання полягає в забезпеченні узгодженості та взаємопов'язаності різних

показників, що надає системний характер моніторингу ринку туристичних послуг.

Перераховані вище проблеми є спільними для переважної кількості країн світу. Кожна з них вирішує ці проблеми по-різному, з урахуванням національних особливостей. У зв'язку з цим становить науковий і практичний інтерес вивчення становлення та узагальнення досвіду способів моніторингу ринку туристичних послуг.

Вирішальне значення для розвитку системи моніторингу ринку туризму мала ініційована Лігою Націй у 20-ті роки ХХ ст. робота зі створення загальносвітових статистичних стандартів у сфері туризму. Першочерговим завданням стало визначення об'єкта статистичних спостережень у туризмі. Аж до 1970-х років у центрі уваги провідних експертів знаходився набір ознак туристів як одиниць статистичного спостереження, що дозволяє виділити їх із загальної сукупності подорожуючих осіб.

З кінця 1970-х років туризм перетворився на важливу сферу економіки, а в науці були розроблені таблиці «витрати-випуск», проведена стандартизація обліку та звітності. Цей етап ознаменувався появою робіт, які затверджували системний підхід до об'єкта вивчення та аналізу в системі моніторингу ринку туристичних послуг, і складанням допоміжного рахунку туризму.

Його розробка стала предметом дослідницьких робіт міжнародних організацій – Всесвітньої туристської організації, Організації економічного співробітництва та розвитку, Статистичної служби Європейського союзу (Євростату), а також окремих країн (насамперед Франції та Канади) і недержавних приватних структур (Всесвітньої ради з подорожей і туризму). Їхні зусилля були спрямовані на включення оцінки туризму як економічного феномену в рамки макроекономічної статистики.

Важливим етапом в історії розвитку «туристського» моніторингу стала Міжнародна конференція зі статистики подорожей і туризму (Оттава, 1991 р.). За підсумками конференції був прийнятий звід основних понять, класифікацій і агрегованих показників, розроблених з метою статистики і відносяться до внутрішнього і міжнародного туризму, а також тимчасова Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності в туризмі (СИКТА) [4].

Наступне десятиліття пройшло під знаком зростання числа ініціатив у напрямку моніторингу ринку туристичних послуг, які увінчалися прийняттям Статистичною комісією ООН документа «Допоміжний рахунок туризму: рекомендована методологічна основа» (Люксембург-Мадрид-Нью-Йорк-Париж, 2002).

Безпосереднім поштовхом до вдосконалення системи моніторингу туризму в 2000-ті роки послужила нова версія SNS-2008, вийшло шосте видання «Керівництва з платіжного балансу та

міжнародної інвестиційної позиції» (РПБ-6), побачили світ нові редакції МСОК і Класифікатора основних продуктів (КОП), а також «Керівництво зі статистики міжнародної торгівлі послугами».

Нові міжнародні статистичні стандарти, що мають відношення до моніторингу туризму, знайшли відображення у другій версії «Рекомендацій зі статистики туризму» – IRTS-2008 [3]. У ній були переглянуті визначення деяких видів туризму, уточнена концепція туристського споживання, внесені поправки в класифікацію продуктів і видів діяльності у сфері туризму, дано більш глибоке трактування зайнятості в туристській індустрії і суміжних з нею секторах економіки, розширено використання агрегованих показників у сфері туризму.

Одночасно з розробкою IRTS-2008 були внесені зміни в методологічну основу допоміжного рахунку туризму, що стосуються концепцій туристичних витрат і туристського споживання, тобто системи обліку товарів, що купуються відвідувачами [2]. Зараз ці документи використовують у багатьох країнах світу.

Інший спосіб моніторингу світового ринку туристичних послуг – це оцінювання конкурентоспроможності туристської індустрії країн, що здійснюється Всесвітньою радою з туризму та подорожей (англ. World Travel and Tourism Council, WTTC). У щорічному звіті «Travel and Tourism Competitiveness Report», що публікується в межах Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF), розглядається індекс конкурентоспроможності туристської індустрії різних країн, враховуючи чинники, що впливають на привабливість туристської індустрії для розвитку та інвестицій [12]. Звіти «Travel and Tourism Competitiveness Report» підготовлено у співпраці зі Стратегічним партнером із розробки Booz&Co з партнерами – Світовою організацією туризму (ЮНВТО), Світовою Радою з подорожей та туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA), Міжнародним Союзом із збереження природи (IUCN), аудиторською фірмою Deloitte та було вперше опубліковано у 2007 р. з поданням даних про 124 країни світу, у 2009 р. вже були дані про 133 країни, у 2011 р. – про 139 країн, в 2015 р. – про 141 країну світу, у 2017 р. – 136 країн світу, у 2019 році – 140 країн світу. Індекс ТТСІ оцінює та вимірює «набір чинників та політик, що забезпечують сталий розвиток сектора подорожей і туризму, що, в свою чергу, забезпечує успішний розвиток та конкурентоспроможність країни» [12].

Світовий ринок туристичних послуг один із найбільш постраждалих від пандемії COVID-19, внаслідок чого не лише компанії, а й національні економіки, орієнтовані на туризм, сильно постраждали від призупинень, обмежень на поїздки та зникнення міжнародних подорожей. Нові фактори,

такі як війна в Україні, також ускладнюють нерівномірне відновлення туристичної галузі. Ринок туристичних послуг змінився остаточно, що підтверджує актуальність постійного моніторингу його складових. Мандрівники стали більш вимогливими щодо умов здоров'я та гігієни в потенційних місцях призначення; вони також обережно ставляться до впливу майбутніх варіантів COVID-19 або викликів у вигляді урядової політики, закриття кордонів та перебоїв у поїздках. Більше того, припинення міжнародних поїздок дало деяким мандрівникам, як для відпочинку, так і для бізнесу, паузу, щоб розглянути вплив їхнього вибору на клімат і навколишнє середовище. Уряди та компанії повинні були переоцінити, куди вони інвестують, як вони пом'якшують ризики та збільшення лояльності попиту, а також як вони реагують на зміни очікувань своїх клієнтів [13].

Тому платформа Всесвітнього економічного форуму прийняла рішення переробити Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ), на якому він базувався протягом останніх 15 років. Оновлений Індекс розвитку подорожей і туризму (Travel & Tourism Development Index 2021 – TTDI) складається з п'яти індексів, 17 основних показників (+ 3 нових) і 112 окремих показників, розподілених за різними основними показниками (рис. 1).

Зміни в структурі індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей: кількість субіндексів збільшено з чотирьох до п'ять

із додаванням субіндексу «Стійкість туризму та подорожей», який складається з нових складових: «Соціально-економічна стійкість», «Попит на подорожі та туризм – тиск та вплив» та перенесеного «Екологічна стійкість»; субіндекс «Природні та культурні ресурси» був перейменовано в драйвери попиту T&T, щоб відобразити розширення поняття, що виходять за межі природних і культурних цінностей.

У 2022 році оприлюднено глобальний рейтинг оновленого Індексу розвитку подорожей і туризму (Travel & Tourism Development Index 2021 - TTDI) У рейтингу 2021 року не враховані 23 країни порівняно з 2019 роком, в тому числі Україну [13]. В таблиці 1 наведено двадцять перших країн світу у 2019, 2021 рр. за рейтингом TTDI.

У рейтингу наголошується, що світова туристська галузь в цілому зазнала великих труднощів за аналізований період. Обмежувальні заходи, економічний спад, побоювання туристів на нові поїздки призвели до втрати 4,5 трильйона доларів США на ВВП у сфері туризму і скорочення 62 мільйонів робочих місць тільки в 2020 році. Але також повідомляється, що зміна динаміки попиту створила можливості і необхідність адаптації. Наприклад, спостерігається активне зростання внутрішнього та екологічного туризму, зростання числа цифрових кочівників (digital nomads) і «bleisure», тобто бізнес-туристів, які поєднують ділову поїздку з відпочинком у місці перебування [13].

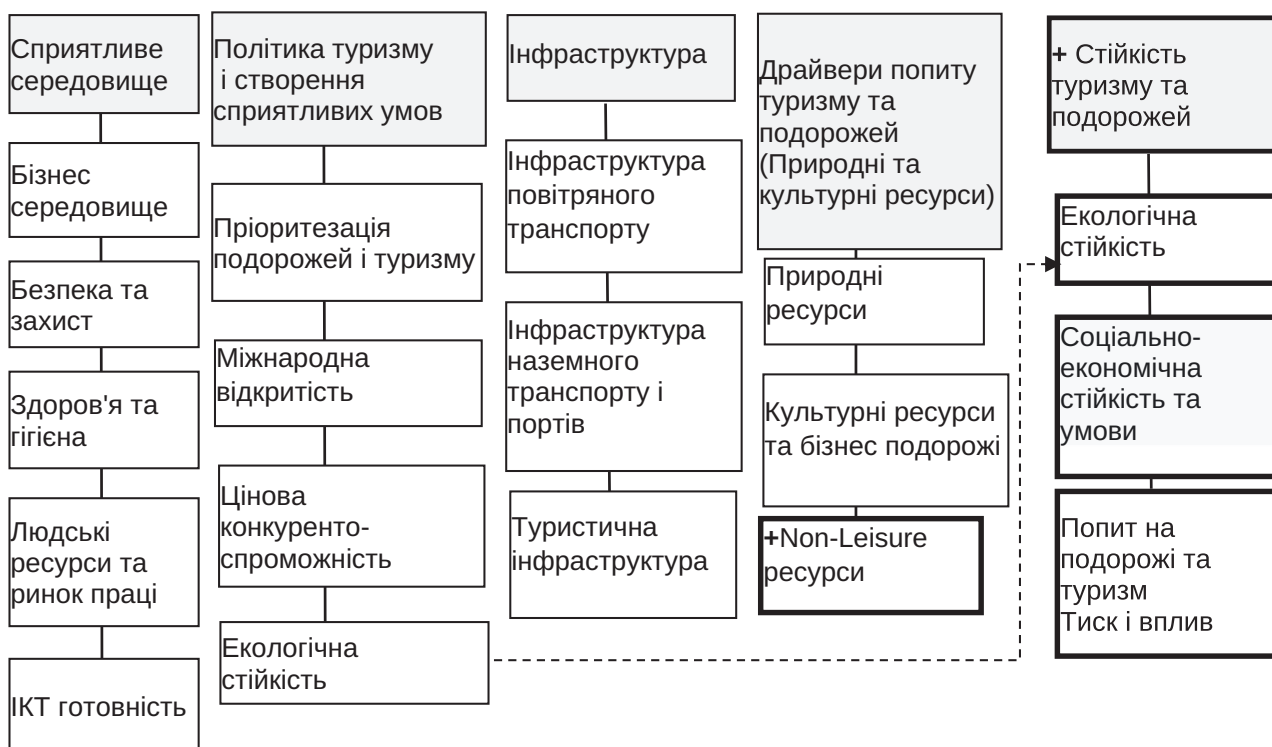


Рис. 1. Зміни в структурі індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей (Travel & Tourism Development Index 2021 – TTDI)

Джерело: [13]

**Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей
для перших двадцяти країн світу у 2019, 2021 рр.**

Країна	2019		2021		% зміни	Зміна рангу
	ТТСІ	Ранг	ТТДІ	Ранг		
Японія	5,2	2	5,2	1	0,70%	1
Сполучені Штати	5,3	1	5,2	2	-1,02%	-1
Іспанія	5,2	5	5,2	3	-0,03%	2
Франція	5,1	6	5,1	4	-0,25%	2
Німеччина	5,2	4	5,1	5	-1,83%	-1
Швейцарія	5,1	7	5,0	6	-2,09%	1
Австралія	5,1	8	5,0	7	-1,28%	1
Великобританія	5,2	3	5,0	8	-4,53%	-5
Сінгапур	5,0	9	5,0	9	-1,41%	0
Італія	4,9	12	4,9	10	0,81%	2
Австрія	4,9	11	4,9	11	0,41%	0
Китай	4,8	15	4,9	12	2,34%	3
Канада	5,0	10	4,9	13	-2,10%	-3
Нідерланди	4,9	14	4,9	14	0,17%	0
Корея	4,7	19	4,8	15	1,85%	4
Португалія	4,9	13	4,8	16	-2,06%	-3
Данія	4,8	16	4,7	17	-1,48%	-1
Фінляндія	4,8	17	4,7	18	-2,24%	-1
Гонконг SAR	4,8	18	4,6	19	-3,00%	-1
Швеція	4,7	21	4,6	20	-1,94%	1

Джерело: [13]

На лідируючі позиції в світовому рейтингу вийшли Японія (1 місце, + 3), США (2 місце, + 3). За ними розташувалися традиційні європейські дестинації, Іспанія, Франція, Німеччина [13].

Загалом, регіони Європи та Євразії (Європа) та Азіатсько-Тихоокеанського регіону (АПАС) домінують у рейтингу ТТДІ (9,0% та 4,9% вище середнього ТТДІ відповідно). Однак Європа є єдиним регіоном, який знизив середній бал з 2019 року (лише -0,5%), що трохи послабило своє значне лідерство. З іншого боку, регіон Африки на південь від Сахари (Африка) мав найбільше покращення ефективності (+1,1%), але потрібно зробити набагато більше, щоб економіка регіону наздогнати середню світову (-18,4% нижче середнього ТТДІ). Регіони Америки, Близького Сходу та Північної Африки також нижчі за середні глобальні показники (-3,1% і -2,8% нижче середнього ТТДІ). Тим не менш, регіон Америки незначно піднявся у своєму рейтингу (+0,6%), тоді як країни Близького та Східного регіону залишилися відносно стабільними, оскільки його покращення (+0,1%) відповідало загальним глобальним показникам.

Висновки з проведеного дослідження. Моніторинг ринку туристичних послуг не тільки формує інформаційну базу для прийняття управлінських рішень, а й виступає методологічною

основою вивчення соціально-економічних процесів, що протікають у сфері туризму. Важливо сформувати систему постійного моніторингу, визначити індекси, що максимально відображають реальний стан кон'юнктури ринку туристичних послуг. Актуальним на сьогодні є використання Індексу розвитку подорожей та туризму (ТТДІ-2021), який є еволюцією Індексу конкурентоспроможності (ТТСІ) платформи Світового економічного форуму. Він служить інструментом для прийняття рішень стратегічного управління, для просування майбутнього розвитку ринку туристичних послуг, надавши унікальне уявлення про сильні сторони та сфери розвитку кожної країни в сфері туристичних послуг. Крім того, це універсальна платформа для діалогу з багатьма зацікавленими сторонами для розуміння: нових тенденцій та ризиків на глобальному ринку туристичних послуг; прямої політики, практики та інвестиційних рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іванова Л. О., Музика О. М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг : навчальний посібник. Львів : «Магнолія 2006», 2012. 226 с.
2. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год. Департамент по экономическим и социальным вопро-

сам. Статистический отдел ООН, ВТО, Еростат, ОЭСР. Люксембург-Мадрид-Нью-Йорк-Париж, 2010. 132 с. URL: http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1r.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

3. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел ООН, ВТО. Мадрид-Нью-Йорк, 2010. 167 с. URL: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

4. Рекомендации по статистике туризма. Статистические документы ООН, ВТО. Нью-Йорк, 1994. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1r.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

5. Ahas R., Aasa A., Roose A., Mark U., Silm S. Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management*. 2008. Vol. 29. P. 469–486. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001355?via%3Dihub> (дата звернення: 30.05.2022).

6. Amaroa S., Duarteb P., Henriquesa C. Travelers' use of social media: A clustering approach. *Annals of Tourism Research*. 2016. Vol. 59, July. P. 1–15.

7. Baldigara T., Mamula M. Tourism statistics in Croatia: Present status and future challenges. *Procedia – Social and Behavioral Sciences: XI International Conference «Service Sector in Terms of Changing Environment»*, 27–29 October 2011. Ohrid, 2012. Vol. 44. P. 53–61.

8. Ed. Ch. Cooper. *Classic Reviews in Tourism*. Clevedon-Buffalo-Toronto-Sydney: Channel New Publications, 2003. 264 p.

9. Coshall J. Spectral analysis of international tourism flows. *Annals of Tourism Research*. 2000. Vol. 27. P. 577–589.

10. Frechtling D. C. The Tourism Satellite Account: A Primer. *Annals of Tourism Research*. 2010. Vol. 37, № 1. P. 136–153.

11. Morley C., Rosselló J, Santana-Gallego M. Gravity models for tourism demand: theory and use. *Annals of Tourism Research*. 2014. Vol. 48. P. 1–10.

12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019> (дата звернення: 30.05.2022).

13. The Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. INSIGHT REPORT MAY 2022. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

REFERENCES:

1. Ivanova L. O., Muzyka O. M. (2012) Monitoryng svitovogho rynku ghotelijnykh i restorannykh poslugh [Monitoring of the world market of hotel and restaurant services]. Lviv: «Maghnolija 2006». (in Ukrainian)

2. Departament po tkonomycheskym y sotsyalnim voprosam. Statystycheskyi otdel OON, VTO, Erostat, OESR (2010) Vspomohatelni schet turyzma: rekomenduemaia metodolohycheskaia osnova, 2008 hod [Auxiliary account of tourism: recommended methodological basis, 2008]. Liuksemburh-Madryd-Niu-York-Paryzh. Available at: http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1r.pdf (accessed 30 May 2020).

3. Departament po ekonomycheskym y sotsyalnim voprosam. Statystycheskyi otdel OON, VTO (2010) Mezhdunarodnye rekomendatsyy po statystyke turyzma, 2008 hod [International Recommendations on Tourism Statistics, 2008]. Madryd-Niu-York Available at: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf (accessed 30 May 2020).

4. Statystycheskye dokumenti OON, VTO (1994) Rekomendatsyy po statystyke turyzma [Recommendations on tourism statistics]. Niu-York Available at: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1r.pdf (accessed 30 May 2020).

5. Ahas R., Aasa A., Roose A., Mark U., Silm S. (2008) Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management*. Vol. 29. P. 469–486. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001355?via%3Dihub> (accessed 30 May 2020).

6. Amaroa S., Duarteb P., Henriquesa C. (2016) Travelers' use of social media: A clustering approach. *Annals of Tourism Research*, vol. 59, July, pp. 1–15.

7. Baldigara T., Mamula M. (2012) Tourism statistics in Croatia: Present status and future challenges. *Procedia – Social and Behavioral Sciences: XI International Conference «Service Sector in Terms of Changing Environment»*, 27–29 October 2011. Ohrid, vol. 44, pp. 53–61.

8. Ed. Ch. Cooper (2003) *Classic Reviews in Tourism*. Clevedon-Buffalo-Toronto-Sydney: Channel New Publications, 264 p.

9. Coshall J. (2000) Spectral analysis of international tourism flows. *Annals of Tourism Research*, vol. 27, pp. 577–589.

10. Frechtling D. C. (2010) The Tourism Satellite Account: A Primer. *Annals of Tourism Research*, vol. 37, no. 1, pp. 136–153.

11. Morley C., Rosselló J, Santana-Gallego M. (2014) Gravity models for tourism demand: theory and use. *Annals of Tourism Research*, vol. 48, pp. 1–10.

12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Available at: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019> (accessed 30 May 2020).

13. The Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. INSIGHT REPORT MAY 2022. Available at: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (accessed 30 May 2020).