

5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-4-16>

УДК 338.27

Борблік К.Е.аспірант,
Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського**Borblik Karyna**Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

У статті розглянуто темпи зростання основних показників розвитку туризму. Досліджено регіони України за показниками розвитку ринків туристичних послуг та потоків надходжень і витрат, пов'язаних із туризмом. Розроблено дисперсійний аналіз регіонів та приведено статистичні дані щодо кількості туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг України. Проведено оцінку стану регіональних ринків туристичних послуг України за показниками, що стосуються туристичного споживання. Проаналізовано динаміку доходів від надання послуг туристам по регіонах України. Проведено попередній аналіз головних показників розвитку ринку туристичних послуг України за допомогою кластерних алгоритмів. Запропоновано науково-методичний підхід до важливих засобів колективного розміщення за регіональними ринками туристичних послуг.

Ключові слова: динаміка ринку туристичних послуг, туризм, регіональні ринки, аналіз досліджень ринку туристичних послуг.

Постановка проблеми. У науковій літературі нині відсутній поділ ринку туристичних послуг України на регіональні. Проте такий аналіз є не досить точним, адже він не враховує схожі риси між регіональними ринками, а отже, не дає можливості комплексно оцінити туристичний потенціал регіонів України на основі закону синергії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних учених, які зробили значний внесок у розвиток регіональних систем сфери туризму, слід відзначити праці таких науковців, як Р. Браймер, Дж. Боуен, В. Гудак, К. Шуман та ін. Серед вітчизняних учених, які присвятили свої дослідження розвитку ринку туристичних послуг, можна виділити праці О.С. Дудко [1], Л. Кириченко [2], Л.І. Піддубної [3] та ін. Більшість учених ототожнюють кордони ринку із географічними кордонами певного регіону.

Формулювання цілей статті. Дослідити регіональні ринки туристичних послуг України, виявити серед них провідні, помірно та слабо розвинені, провести їх групування залежно від основних показників діяльності. Здійснити кластеризацію областей України за показниками розвитку ринків туристичних послуг, з огляду на ситуацію з відсутністю можливості досліджувати розвиток АР Крим

та деяких територій Луганської та Донецької областей у зв'язку з їх тимчасовою окупацією. Для розрахунків використовуватимуться інструменти програми Statistica Trial.

Виклад основного матеріалу. Усі кластерні алгоритми потребують оцінки відстані між кластерами чи об'єктами [4].

Під час розрахунку цієї відстані необхідно визначити масштаб виміру. Оскільки наведені дані використовують абсолютно різні типи шкал вимірювання, їх необхідно стандартизувати так, щоб кожне значення мало середнє 0 і стандартне відхилення 1.

На першому етапі аналізу необхідно виявити, чи формують регіони України «природні» кластери. Як правило об'єднання вибирається метод повного зв'язку, як міра близькості – Евклідова відстань. Метод повного зв'язку визначає відстань між кластерами як найбільшу відстань між об'єктами в різних кластерах. Міра близькості, що визначається евклідовою відстанню, є геометричною відстанню в n -мірному просторі і розраховується за формулою [5]:

$$d(x, y) = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2} \quad (1.1)$$

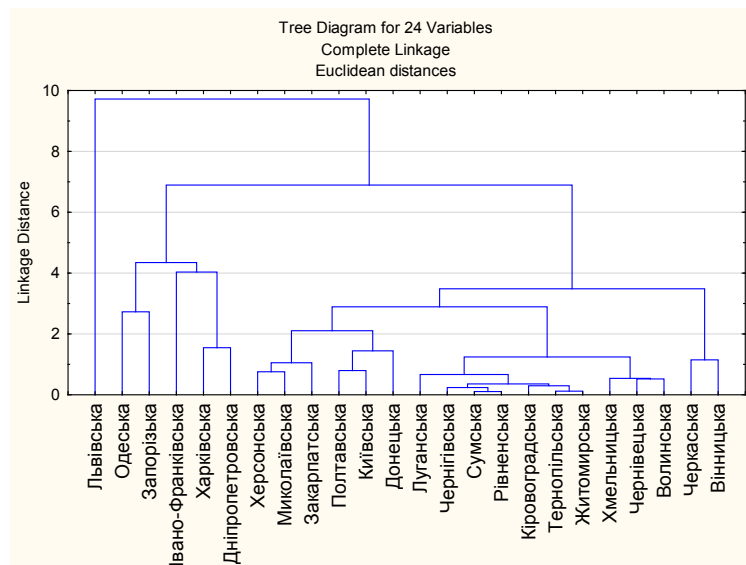


Рис. 1. Ієрархічне дерево регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг

Джерело: складено автором

Отриманий результат «природної» кластеризації регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг можна навести у вигляді ієрархічного дерева (рис. 1).

У результаті проведення першого етапу розрахунків можна виокремити 4 відносно однорідних ринки туристичних послуг України, що складаються з регіональних ринків. Ринки групи А (Львівська область) та В (Одеська, Запорізька, Івано-Франківська, Харківська та Дніпропетровська області) є найбільш розвиненими, що потребує посилення їх подальшого інфраструктурного розвитку та інтеграції до світової туристичної системи. Менш розвиненим є ринок групи С (Херсонська, Миколаївська, Закарпатська, Полтавська, Київська, Донецька, Луганська, Чернігівська, Сумська, Рівненська, Кіровоградська, Тернопільська, Житомирська, Хмельницька, Чернівецька, Волинська області), проте саме ці регіони протягом останніх років демонструють високі темпи зростання основних показників розвитку туризму, що повинно підтримуватися та стимулюватися на державному рівні з метою подальшого

удосконалення сфери. Найменш розвиненим є ринок групи D (Черкаська та Вінницька області), що пов'язано насамперед із тим, що більшість туристів цих регіонів – внутрішні, тож дохід від діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг невеликий.

Проте отримані дані потребують перевірки, що може бути реалізована шляхом розділення вихідних даних на кластери методом К середніх. Він полягає в такому: розрахунок починається із К обраних спостережень (K=4), що стають центрами груп, після цього об'єктний склад кластерів змінюється з метою мінімізації мінливості всередині кластерів та максимізації її між кластерами. Під час проведення розподілу регіонів України таким чином на 4 кластери встановлено, що групування не відповідає основному критерію – сума квадратів відхилення об'єктів від центрів кластерів досить велика. Для ліквідації цієї розбіжності розраховувалися нові центри тяжіння як вектор середніх по кожному з параметрів аналізу.

Алгоритм виконувався доти, доки склад кластерів не припинив змінюватися та почав відповідати встановленим вимогам розподілу, зазначеним вище (табл. 1.1). У результаті регіони України за показниками розвитку ринків туристичних послуг були поділені на 8 кластерів.

Важливо зазначити, що, виходячи з амплітуди (та рівня значущості) F-статистики (табл. 1.1), змінні «дохід від надання туристичних послуг» та «кількість реалізованих туристичних путівок» є головними під час вирішення питання щодо розподілу регіонів на кластери.

Так, до кластера А увійшла Одеська область, що займає 3 місце в країні за кількістю суб'єктів ринку туристичних послуг та 1 місце за кількістю КЗР туристів. До кластера В віднесено Івано-Франківську область як регіон, що займає друге місце в країні за обсягами доходів від надання туристичних послуг та кількості реалізованих туристичних путівок. Кластер С формується трьома регіонами (Запорізька, Миколаївська, Херсонська області), що характеризується не тільки територіальною близькістю, а й схожими показниками розвитку ринків туристичних послуг. Як уже зазначалося вище, клас-

Таблиця 1.1

Дисперсійний аналіз регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг (поділ на 8 кластерів)

Показники розвитку ринку туристичних послуг	Analysis of Variance					
	Between SS	Df	Within SS	df	F	signif. p
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	21,05387	7	1,946133	16	24,7276	0,000000
Кількість туристів, обслужованих суб'єктами ринку туристичних послуг	21,57008	7	1,429918	16	34,4796	0,000000
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	22,68658	7	0,313419	16	165,4494	0,000000
Кількість колективних засобів розміщування	21,08941	7	1,910585	16	25,2302	0,000000
Кількість місць у колективних засобах розміщування	21,61416	7	1,385839	16	35,6490	0,000000
Кількість реалізованих туристичних путівок	22,84266	7	0,157339	16	331,8425	0,000000
Вартість реалізованих туристичних путівок, тис. грн	21,58394	7	1,416058	16	34,8395	0,000000

Джерело: розраховано автором за даними [5] у програмі Statistica Trial

тер D, сформований Черкаською та Вінницькою областями, демонструє найменші показники розвитку ринку туристичних послуг з низки об'єктивних причин, пов'язаних із переважним значенням внутрішнього туризму в цих регіонах. До кластера G увійшли 5 регіонів (Волинська, Донецька, Закарпатська, Київська, Полтавська області), що хоча не мають спільних кордонів, все ж характеризуються близьким рівнем розвитку сфери туризму. Найбільший кластер H включає 9 регіонів (Житомирська, Кіровоградська, Луганська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Чернігівська області), що об'єднані приблизно однаковими рівнем розвитку туристичної інфраструктури та незначною кількістю суб'єктів ринку туристичних послуг (до 100 од.). Кластери E (Дніпропетровська та Харківська області) та F (Львівська область) характеризуються високими показниками розвитку ринків туристичних послуг.

Отже, український ринок туристичних послуг можна розділити на 8 регіональних, кожний з яких характеризується певним рівнем розвитку та має свої особливості. Задля здійснення достовірної кількісної оцінки стану регіональних ринків туристичних послуг України пропонується використати науково-методичний підхід, який було запропоновано в підроз. 1.1

Етап 1. Аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку туристопотоку

Регіональні ринки туристичних послуг України за показником кількості обслугованих туристів характеризуються високим рівнем асиметрії. Відповідно до даних на рис. 2.9 лише ринок F займає обслуговує більше 20% сукупного туристичного потоку, хоча він представлений лише Львівською областю. Необхідно відзначити, що значна питома вага в сукупному туристичному потоці ринку H обумовлюється лише кількістю регіонів, що входять до його складу. Окрім того, якщо у 2011 році його питома вага становила 20%, то у 2017 вона скоротилася до 14%. Подібна ситуація і з ринками C, G, що є територіально найбільшimi, однак не мають достатнього рівня розвитку інфраструктури для активізації динамічних процесів в галузі. За цей період, однак, збільшилася питома вага в сукупному туристичному потоці ринків A (на 1%), B (на 2%), D (на 3%), E (на 1%) та F (на 9%). Активне зростання останнього підтверджує європейську спрямованість України загалом. Значний вплив на цей показник мало і запровадження безвізового режиму з Європейським Союзом.

Відповідно до даних табл. 1.2, починаючи з 2016 року усі регіональні ринки туристичних послуг демонструють стабільне зростання показника кількості туристів, які були обслуговані туристичними підприємствами. У 2015 році майже всі ринки (окрім ринку B) характеризувалися значним зниженням інтенсивності туристичного потоку, що зумовлено початком військово-політичного конфлікту на території країни. Найбільше постраждали ринки C (скорочення на 57% порівняно з 2011 роком), G (скорочення на 69%)

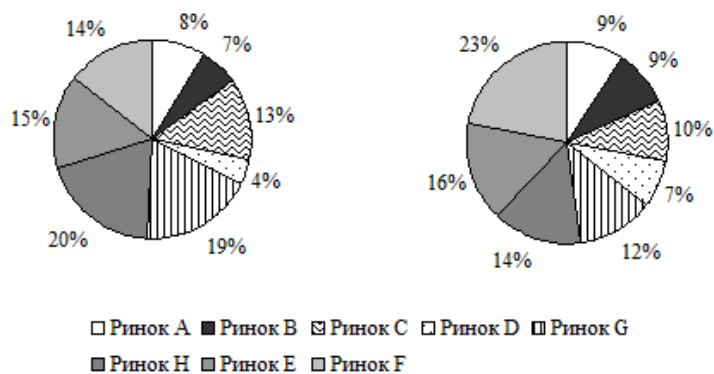


Рис. 2. Питома вага регіональних ринків туристичних послуг у загальній кількості обслугованих туристів в Україні

Джерело: складено автором

та H (скорочення на 52%), що стали центральними в тих руйнівних подіях, що розгорнулися на території держави. Проте вже у 2016 році всі ринки без винятку продемонстрували зростання кількості обслугованих суб'єктами туристів в середньому на 20%. Зазначена тенденція розвитку продовжилася і у 2017 році. Найбільш прогресивними є ринки D (у 2016 році зростання на 25%, у 2017 – на 52%), H (у 2016 році зростання на 14%, у 2017 – на 21%) та E (у 2016 році зростання на 27%, у 2017 – на 30%). На жаль, найбільші ринки B та F у 2017 році порівняно з 2016 роком продемонстрували скорочення кількості обслугованих суб'єктами туристів на 8,33% та 3,67% відповідно. Причиною зменшення показника саме для цих ринків можна вважати їхню територіальну близькість до країн Європи та введенням у 2-й половині 2017 року безвізового режиму з країнами Європейського Союзу.

Протягом 2011–2017 рр. кількість туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг, залежно від мети здійснення поїздки змінилася (табл. 1.3). Так у 2017 році порівняно з 2011 роком значно збільшився даний показник на ринку F в частині осіб, що здійснювали службові поїздки або з метою навчання. Що стосується інших ринків, то в цій категорії спостерігається значне зменшення кількості туристів. Пов'язано це перед усім з європейською орієнтацією країни, активізацією інтеграційних процесів, посиленням мобільності ресурсів, студентів. Так, у 2017 році кількість туристів в цій категорії демонструвала значне зростання порівняно з 2016 роком майже на всіх регіональних ринках, окрім ринків A та F. Що стосується сфери дозвілля та відпочинку, то у 2017 порівняно з 2011 роком найбільше зростання кількості обслугованих туристів демонстрували ринки B, E та F, порівняно з 2016 роком збільшився цей показник на ринках A, C, D, E та F. Інші регіональні ринки відзначаються незначним скороченням кількості обслугованих туристів, що подорожували з метою відпочинку. У 2017 році ринки H, E та F також характеризувалися підвищенням кількості обслугованих туристів, що подорожували з метою лікування, порівняно з 2011 роком, у цей же час інші ринки продемонстрували значне скорочення.

Кількість туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг України, осіб

Ринок туристичних послуг	2011	2015	Темп приросту у % до 2011 р.	2016	Темп приросту у % до 2015 р.	2017	Темп приросту у % до 2016 р.
Ринок А	76066	45809	60,22	59077	128,96	72302	122,39
Одеська	76066	45809	60,22	59077	128,96	72302	122,39
Ринок В	59327	65885	111,05	79973	121,38	73309	91,67
Івано-Франківська	59327	65885	111,05	79973	121,38	73309	91,67
Ринок С	117219	50106	42,75	65983	131,69	79758	120,88
Запорізька	60055	30922	51,49	40376	130,57	47675	118,08
Миколаївська	27934	7464	26,72	9023	120,89	11805	130,83
Херсонська	29230	11720	40,10	16584	141,50	20278	122,27
Ринок D	37758	31268	82,81	39169	125,27	59587	152,13
Черкаська	11375	8520	74,90	11684	137,14	20953	179,33
Вінницька	26383	22748	86,22	27485	120,82	38634	140,56
Ринок G	164457	50630	30,79	88617	175,03	96945	109,40
Волинська	14657	15620	106,57	26526	169,82	17047	64,27
Донецька	88461	3297	3,73	10874	329,81	9231	84,89
Закарпатська	21773	10656	48,94	11601	108,87	14652	126,30
Київська	12679	11560	91,17	25008	216,33	36983	147,88
Полтавська	26887	9497	35,32	14608	153,82	19032	130,28
Ринок H	173530	84067	48,45	95740	113,89	115832	120,99
Житомирська	10694	6283	58,75	8615	137,12	9516	110,46
Кіровоградська	27012	7830	28,99	8854	113,08	8436	95,28
Луганська	15558	939	6,04	1896	201,92	2825	149,00
Рівненська	9490	6640	69,97	9022	135,87	11168	123,79
Сумська	13597	7567	55,65	8819	116,55	11185	126,83
Тернопільська	14164	6668	47,08	7536	113,02	9558	126,83
Хмельницька	31212	25426	81,46	19885	78,21	26829	134,92
Чернівецька	36116	15662	43,37	19415	123,96	20341	104,77
Чернігівська	15687	7052	44,95	11698	165,88	15974	136,55
Ринок E	138500	77354	55,85	98199	126,95	127455	129,79
Дніпропетровська	64462	46121	71,55	57770	125,26	75526	130,74
Харківська	74038	31233	42,19	40429	129,44	51929	128,44
Ринок F	128709	112472	87,38	181827	161,66	175150	96,33
Львівська	128709	112472	87,38	181827	161,66	175150	96,33

Джерело: складено та розраховано автором за даними [6]

чення – більш ніж на 50%. Порівняно з 2016 роком найбільше зростання кількості туристів, метою подорожі яких було лікування, відзначалося на ринках В, Н та Е. Що стосується інших видів туризму, то вони недостатньо розвинені в країні загалом, тому показники кількості туристів, які були обслуговані суб'єктами ринків туристичних послуг, суттєво відрізняються рік від року.

Отже, за показниками інтенсивності туристичного потоку провідні позиції займають такі регіональні ринки, як F та E (найбільші за показником кількості обслугованих туристів), D (як той, що найбільш динамічно розвивається) та H.

Етап 2. Аналіз показників діяльності колективних засобів з розміщення туристів

Як і за кількістю обслугованих туристів, за інфраструктурною складовою частиною розвитку туризму, регіональні ринки туристичних послуг характеризуються значною асиметрією. Проявляється це у тому, що хоча ринок H і є найбільш великим, кількість готе-

лів на його території лише в 2 рази більша, ніж на території ринку А, який складається лише з одного регіону.

У зв'язку з тим, що найбільш значними видами туризму на території України є службовий та розважальний, серед колективних засобів розміщення найбільшою популярністю користуються готелі та аналогічні до них колективні засоби розміщення. У табл. 1.4 представлені основні показники щодо розвитку цієї групи КЗР. Більшість регіональних ринків туристичних послуг України торкнулася загальної тенденції зі скорочення кількості готелів. Так, зменшилася їх кількість на території таких ринків, як А (на 9 порівняно з 2011 роком, на 24 порівняно з 2016 роком), Н (на 10 порівняно з 2011 роком, на 13 порівняно з 2016 роком), F (на 8 порівняно з 2011 роком, на 10 порівняно з 2016 роком). Інші ринки демонстрували тимчасові тенденції до скорочення чи збільшення кількості КЗР (ринки В, С, G, E та F) або постійне стабільне зростання показника (ринки D).

Кількості туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг України, із розподілом за метою поїздки

Регіональні ринки туристичних послуг	Мета поїздки					
	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	Спеціалізований туризм	Інші
<i>2017</i>						
Ринок А	1777	45716	35	203	253	217
Ринок В	–	63164	345	–	–	2800
Ринок С	291	36373	1664	2	–	14
Ринок D	197	15796	53	–	–	–
Ринок G	515	42726	1133	274	–	65
Ринок Н	5663	40075	4395	430	3	232
Ринок Е	337	48624	926628	6	10	–
Ринок F	235	89211	32649	130	160	100
<i>2016</i>						
Ринок А	12721	30002	35	74	276	247
Ринок В	–	72273	334	–	–	2312
Ринок С	282	28337	2605	2	–	12
Ринок D	6	13863	85	0	–	18
Ринок G	280	45311	1212	–	62	466
Ринок Н	1828	40122	162	180	1	876
Ринок Е	296	41566	1373	146	37	–
Ринок F	658	74267	61645	406	127	945
<i>2015</i>						
Ринок А	4086	28263	52	169	–	283
Ринок В	120	59987	259	–	–	2159
Ринок С	1506	22958	104	36	–	190
Ринок D	90	13703	140	590	–	39
Ринок G	115	25970	1005	19	–	214
Ринок Н	2478	37506	411	–	–	904
Ринок Е	208	33466	1277	138	39	–
Ринок F	404	72136	19781	–	66	696
<i>2011</i>						
Ринок А	7934	51573	614	186	4	710
Ринок В	1836	19959	3174	26876	–	37
Ринок С	9753	58099	8061	5680	2	2667
Ринок D	260	19133	214	139	1548	112
Ринок G	1052	100520	2568	1169	197	1858
Ринок Н	19220	84673	3722	439	5	3190
Ринок Е	219	34460	2514	672	174	48
Ринок F	1588	71471	18824	137	37	90

Джерело: складено та розраховано автором за даними [6]

Що стосується кількості місць (ліжок) у готелях, то більшість регіональних ринків туристичних послуг демонстрували стабільну тенденцію до зростання цього показника. Так, на ринку В кількість місць у 2017 році збільшилася на 292 од. порівняно з 2016 роком і на 2450 од; на ринку С – у 2017 році на 170 од порівняно з 2016 роком і на 874 порівняно з 2011; на ринку D – у 2017 році на 134 порівняно з 2016 роком на 786 порівняно з 2011; на ринку Е – у 2017 році на 270 порівняно з 2016 роком на 378 порівняно з 2011; на ринку F – у 2017 році на 343 порівняно з 2016 роком на 5703 порівняно з 2011. При цьому найбільшими за цим показником ринками є ринки F, Н та G. Інші регіональні ринки

туристичних послуг і різні проміжки часу демонстрували різні тенденції щодо скорочення або збільшення кількості місць у готелях та аналогічних КЗР.

За показником кількості туристів, що перебували у готелях та аналогічних КЗР, стабільне зростання демонстрували такі регіональні ринки, як D (у 2017 році на 88,7% порівняно з 2011 роком і на 18,9% порівняно з 2016 роком), G (у 2017 році на 25,6% порівняно з 2011 роком, і на 13,7% порівняно з 2016 роком) та F (у 2017 році на 119,9% порівняно з 2011 роком, і на 16,2% порівняно з 2016 роком). Інші ринки у певні моменти часу характеризувалися нестабільністю показника, проявляючи то позитивні, то негативні тенденції.

Сучасна туристична інфраструктура, особливо колективні засоби розміщення, повинна створити комфортабельні умови для туриста та надати йому низку послуг відповідної якості. Важливий вплив на рівень розвитку КЗР на регіональному ринку туристичних послуг мають особливості регіонального розвитку, ділової активності, індустрії розваг і спорту, транспортної системи, тощо. У цьому контексті найбільш розвиненими можна визнати ринки D, E, H та F.

Етап 3. Дослідження потоків надходжень і витрат, пов'язаних з туризмом

У найбільш загальному вигляді доход від туристичної діяльності може бути представлений як сума валової виручки від реалізації послуг без ПДВ, доходів від участі в діяльності інших організацій, інших операційних і позареалізаційних доходів. За даними табл. 1.5 майже всі регіональні ринки туристичних послуг демонстрували у 2015 році скорочення доходів від надання послуг

туристам порівняно з 2011 роком. Зростання можна було спостерігати лише на ринку D, що обумовлюється не тільки подорожчанням вартості туристичних путівок, а й підвищенням інтересу туристів до регіонів з позиції активізації їх ділової активності. Інші ж ринки демонстрували скорочення доходів від надання послуг більше ніж на 50%, а деякі з них (ринок B) – зменшили доходи майже на 100%. Як вже зазначалося вище, така ситуація обумовлена політичною ситуацією в країні та початком збройного конфлікту на її території.

Проте вже починаючи з 2016 року всі регіональні ринки демонстрували стабільне збільшення доходів від надання послуг, що пов'язано з активізацією інтеграційних процесів та підвищенню мобільності ресурсів в умовах глобалізації. Найбільш динамічно зростали доходи на ринках A (збільшення у 2017 р. на 823% порівняно з 2016 р.), B (збільшення показника майже в 69 разів), G (зростання на 159,5% у 2017 році порівняно з 2016 р.),

Таблиця 1.4

Показники важливих засобів колективного розміщення за регіональними ринками туристичних послуг

Регіональні ринки туристичних послуг	Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення			Кількість місць (ліжок) у готелях та аналогічних засобах розміщення			Кількість осіб, що перебували у готелях та аналогічних засобах розміщення		
	2011	2016	2017	2011	2016	2017	2011	2016	2017
Ринок А	217	232	208	9506	12096	11021	246626	278227	252101
Одеська	217	232	208	9506	12096	11021	246626	278227	252101
Ринок В	345	227	244	8632	10790	11082	179057	304805	301592
Івано-Франківська	345	227	244	8632	10790	11082	179057	304805	301592
Ринок С	260	280	267	11962	12666	12836	215518	267124	254100
Запорізька	116	114	131	6091	6611	7373	91708	102085	114099
Миколаївська	70	74	79	2595	2786	3332	90464	91854	92750
Херсонська	74	92	57	3276	3269	2131	33346	73185	47251
Ринок D	116	140	144	4429	5081	5215	137215	217631	258884
Черкаська	70	80	78	2511	2872	2936	81643	129727	152455
Вінницька	46	60	66	1918	2209	2279	55572	87904	106429
Ринок G	487	508	499	21692	25035	24247	690791	763498	868042
Волинська	46	61	58	1598	2342	2283	84623	89021	94701
Донецька	140	46	45	6351	2765	2398	191548	47193	89368
Закарпатська	159	211	208	6936	10658	10169	131655	204350	237900
Київська	56	114	111	3159	5277	5345	169117	249797	250668
Полтавська	86	76	77	3648	3993	4052	113848	173137	195405
Ринок H	446	449	436	19971	20852	19299	709672	836573	739597
Житомирська	48	70	67	2084	2550	2248	45663	67467	71954
Кіровоградська	32	30	29	1298	1610	1587	37468	52467	49147
Луганська	60	23	25	2859	1049	1202	95943	22784	28974
Рівненська	41	45	43	1978	1845	1755	85738	102347	84756
Сумська	48	37	35	1419	1345	1204	56261	50724	46499
Тернопільська	46	59	57	2124	2930	2692	78529	202276	117691
Хмельницька	60	71	74	3141	3692	3746	159502	170167	170110
Чернівецька	67	79	75	3289	3942	3285	88484	105637	116959
Чернігівська	44	35	31	1779	1889	1580	62084	62704	53507
Ринок E	244	246	236	13013	13121	13391	435591	559573	467406
Дніпропетровська	141	138	120	8225	7740	7758	195631	238453	214379
Харківська	103	108	116	4788	5381	5633	239960	321120	253027
Ринок F	228	287	277	12589	17949	18292	396212	749855	871401
Львівська	228	287	277	12589	17949	18292	396212	749855	871401

Джерело: складено та розраховано автором за даними [6]

Н (у 2017 р. на 191,4 більше, ніж у 2016 р.) та F (зростання більше ніж в 17 разів у 2017 році порівняно з 2016 р.). Що стосується інших ринків, то вони також демонстрували збільшення доходів від надання туристичних послуг. Виключення складає ринок С, де скорочення показника відбулося за рахунок Херсонської області, що пов'язано із переорієнтацією українських туристів на курорти, що є більш віддаленими від тимчасово окупованих територій.

Кількість та вартість реалізованих путівок є індикаторами туристичного споживання. Протягом останніх років регіональні ринки туристичних послуг України продемонстрували значні зміни і в цьому напрямку розвитку. У 2017 році ліцензовані туроператори реалізували туристичних путівок для подорожі по Україні вже на суму 16,6 млрд. грн, що у 36,8 рази більше, ніж у 2016 році та в 47,2 рази більше, ніж у 2015 році.

Варто зазначити, що за показниками, що стосуються туристичного споживання, регіональні ринки туристичних послуг не демонстрували стійких тенденцій до зростання чи скорочення показників (табл. 1.6). Так, у 2017 році порівняно з 2016 роком кількість реалізованих туристичних путівок зростає лише на 3 ринках з 8, а саме на ринку D (на 24%), E (на 24,75) та F (на 66,5%). Однак ці ринки не продемонстрували зростання у 2017 році порівняно з 2011 роком. Тут провідними стали ринки А (більш ніж в 3 рази), В (більш ніж в 20 разів) та F (майже в 8 разів). У цей же час діякі з ринків, як наприклад ринок Н, характеризувалися скороченням кількості реалізованих путівок більше ніж на 50%.

Що стосується вартості реалізованих туристам путівок, то тут теж неможливо виділити стабільних тенденцій до зростання. Так, у 2017 році порівняно з 2016 роком зростання відзначалося на ринках В (на 120,9%), С (на 18,9%), D (на 77,3%), E (на 45,5%) та F (більше ніж в 3 рази). У порівнянні з 2011 роком найбільшу вартість туристичних путівок пропонували суб'єкти таких регіо-

Таблиця 1.5

Динаміка доходів від надання послуг туристам на регіональних ринках туристичних послуг

Регіональні ринки туристичних послуг	2011 р.	2015 р.	Темп приросту у % до 2011 р.	2016 р.	Темп приросту у % до 2015 р.	2017 р.	Темп приросту у % до 2016 р.
Ринок А	91896,4	10825,3	11,78	16702,4	154,29	154253,5	923,54
Одеська	91896,4	10825,3	11,78	16702,4	154,29	154253,5	923,54
Ринок В	218042,1	2128,2	0,98	3930,5	184,69	271876,8	6917,10
Івано-Франківська	218042,1	2128,2	0,98	3930,5	184,69	271876,8	6917,10
Ринок С	79004,3	68174	86,29	147206,8	215,93	50487	34,30
Запорізька	18016,4	9668,6	53,67	12162,1	125,79	15989,9	131,47
Миколаївська	33739,3	2466,1	7,31	4101,8	166,33	3938,9	96,03
Херсонська	27248,6	56039,3	205,66	130942,9	233,66	30558,2	23,34
Ринок D	7166,4	13705,7	191,25	18949,7	138,26	21653,2	114,27
Черкаська	1754,9	3630,5	206,88	5508,5	151,73	5670,1	102,93
Вінницька	5411,5	10075,2	186,18	13441,2	133,41	15983,1	118,91
Ринок G	160940,8	21385,7	13,29	39470,4	184,56	102451	259,56
Волинська	7300,7	4807,8	65,85	5961	123,99	18803,3	315,44
Донецька	130048,4	3044,4	2,34	8538,9	280,48	46028,8	539,05
Закарпатська	8873,7	4159,7	46,88	5531,3	132,97	10652,3	192,58
Київська	9927,4	4621,8	46,56	11932,7	258,18	23208,2	194,49
Полтавська	4790,6	4752	99,19	7506,5	157,97	3758,4	50,07
Ринок Н	57960,6	27380,5	47,24	38292,8	139,85	73309,5	191,44
Житомирська	1847,7	2122,6	114,88	3543,1	166,92	2698,7	76,17
Кіровоградська	15017,7	6190,3	41,22	4204,8	67,93	3605,4	85,74
Луганська	11585,2	482,4	4,16	1215,8	252,03	962,4	79,16
Рівненська	6009,9	3012,1	50,12	4879,9	162,01	8036,3	164,68
Сумська	1575,9	1368,7	86,85	2141,4	156,46	4645,6	216,94
Тернопільська	3854,9	2137,1	55,44	2750,7	128,71	4184,8	152,14
Хмельницька	6321,1	4399,6	69,60	5495,4	124,91	6760,2	123,02
Чернівецька	10582	4057,4	38,34	9283,8	228,81	40390,9	435,07
Чернігівська	1166,2	3610,3	309,58	4777,9	132,34	2025,2	42,39
Ринок E	75849,9	37996,4	50,09	51195,8	134,74	58164,1	113,61
Дніпропетровська	28847,5	22268,4	77,19	29403,4	132,04	23567,5	80,15
Харківська	47002,4	15728	33,46	21792,4	138,56	34596,6	158,76
Ринок F	109650,3	11082,8	10,11	22054,2	198,99	380990,5	1727,52
Львівська	109650,3	11082,8	10,11	22054,2	198,99	380990,5	1727,52

Джерело: складено та розраховано автором за даними [6]

нальних ринків туристичних послуг, як ринок А (більше ніж в 2 рази), В (більше ніж в 30 разів) та F (більше ніж в 3 рази). Інші ж ринки демонстрували скорочення показника більше ніж на 50%.

Таким чином, за показниками, що характеризують туристичне споживання, найбільш впливовим є ринок F. Саме він демонстрував найбільш стабільні тенденції розвитку, що характеризувалися збільшенням кількості та вартості реалізованих путівок.

Висновки. Отже, попередній аналіз головних показників розвитку ринку туристичних послуг України дав змогу на основі методів статистичного аналізу виділити 8 регіональних ринків туристичних послуг, що характеризуються високим рівнем асиметрії. Туризм в Україні відображає її внутрішній соціально-економічний і політичний стан. Так, анексія Криму та військова агресія Росії різко скоротили потік іноземних туристів. Інфляція і девальвація гривні в 2014–2015 роках зумовили зменшення кількості виїзних туристів, зате дещо поживали внутрішній туризм [7; 8]. Це відобразилося

і в загальних тенденціях щодо розвитку регіональних ринків туристичних послуг. Так, змінилося їхнє значення для туристичної галузі – якщо раніше більшою популярністю користувалися регіони, розміщені територіально близько до кордонів Російської Федерації, то сьогодні туристи більш активні в західних регіонах країни. Це пов'язано із активізацією інтеграційних процесів в країні та підвищенням мобільності не тільки ресурсів, що необхідні для праці, а й мобільності населення. Так, найбільш впливовими стали такі регіони, як Львівська, Івано-Франківська області, що відобразилося і на стані ринків туристичних послуг, що територіально збігаються з їхніми кордонами.

Таким чином, Україна має всі необхідні ресурси, щоб підтримувати успішну реалізацію євроінтеграційних прагнень: сприятливе географічне розташування, значні обсяги природних ресурсів (чорноземи, водні і мінерально-сировинні ресурси), а також достатню кількість людських ресурсів, у тому числі висококваліфікованих наукових кадрів.

Таблиця 1.6

Кількість та вартість реалізованих путівок на регіональних ринках туристичних послуг України

Регіональні ринки туристичних послуг	2011 р.	2015 р.	Темп приросту у % до 2011 р.	2016 р.	Темп приросту у % до 2015 р.	2017 р.	Темп приросту у % до 2016 р.
Ринок А	91896,4	10825,3	11,78	16702,4	154,29	154253,5	923,54
Одеська	91896,4	10825,3	11,78	16702,4	154,29	154253,5	923,54
Ринок В	218042,1	2128,2	0,98	3930,5	184,69	271876,8	6917,10
Івано-Франківська	218042,1	2128,2	0,98	3930,5	184,69	271876,8	6917,10
Ринок С	79004,3	68174	86,29	147206,8	215,93	50487	34,30
Запорізька	18016,4	9668,6	53,67	12162,1	125,79	15989,9	131,47
Миколаївська	33739,3	2466,1	7,31	4101,8	166,33	3938,9	96,03
Херсонська	27248,6	56039,3	205,66	130942,9	233,66	30558,2	23,34
Ринок D	7166,4	13705,7	191,25	18949,7	138,26	21653,2	114,27
Черкаська	1754,9	3630,5	206,88	5508,5	151,73	5670,1	102,93
Вінницька	5411,5	10075,2	186,18	13441,2	133,41	15983,1	118,91
Ринок G	160940,8	21385,7	13,29	39470,4	184,56	102451	259,56
Волинська	7300,7	4807,8	65,85	5961	123,99	18803,3	315,44
Донецька	130048,4	3044,4	2,34	8538,9	280,48	46028,8	539,05
Закарпатська	8873,7	4159,7	46,88	5531,3	132,97	10652,3	192,58
Київська	9927,4	4621,8	46,56	11932,7	258,18	23208,2	194,49
Полтавська	4790,6	4752	99,19	7506,5	157,97	3758,4	50,07
Ринок H	57960,6	27380,5	47,24	38292,8	139,85	73309,5	191,44
Житомирська	1847,7	2122,6	114,88	3543,1	166,92	2698,7	76,17
Кіровоградська	15017,7	6190,3	41,22	4204,8	67,93	3605,4	85,74
Луганська	11585,2	482,4	4,16	1215,8	252,03	962,4	79,16
Рівненська	6009,9	3012,1	50,12	4879,9	162,01	8036,3	164,68
Сумська	1575,9	1368,7	86,85	2141,4	156,46	4645,6	216,94
Тернопільська	3854,9	2137,1	55,44	2750,7	128,71	4184,8	152,14
Хмельницька	6321,1	4399,6	69,60	5495,4	124,91	6760,2	123,02
Чернівецька	10582	4057,4	38,34	9283,8	228,81	40390,9	435,07
Чернігівська	1166,2	3610,3	309,58	4777,9	132,34	2025,2	42,39
Ринок E	75849,9	37996,4	50,09	51195,8	134,74	58164,1	113,61
Дніпропетровська	28847,5	22268,4	77,19	29403,4	132,04	23567,5	80,15
Харківська	47002,4	15728	33,46	21792,4	138,56	34596,6	158,76
Ринок F	109650,3	11082,8	10,11	22054,2	198,99	380990,5	1727,52
Львівська	109650,3	11082,8	10,11	22054,2	198,99	380990,5	1727,52

Джерело: складено та розраховано автором за даними [6]

Список літератури:

1. Бойко Н.І. Застосування кластерного аналізу для діагностики дієвості господарського механізму торговельних підприємств. *Національний університет "Львівська політехніка"*. 2014. URL: http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/plugin-46_60.pdf (дата звернення: 20.07.2019).
2. Борушчак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2006. 288с.
3. Борщ Л.М. Інвестування: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : Знання, 2005. 470 с.
4. Вачевський М.В., Свінцов О.М. та Кузнецов В.Ф. Рекреаційні можливості Трускавецько-Східницького регіону. *Український бальнеологічний журнал*. 2000. № 3-4. С. 101–105. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vachevsky.htm (дата звернення: 20.07.2019).
5. Державна служба статистики України. Капітальні інвестиції в Україні за січень-грудень 2016 року. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/06/Arch_ki_bl.htm (дата звернення: 20.07.2019).
6. Стаття Механізм. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Механізм> (дата звернення: 29.07.2019).
7. Про Затвердження форми державного статистичного спостереження: Звіт про діяльність колективного засобу розміщування за 2015 та 2016 р. № 338 / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2015/338/338_2015.htm (дата звернення: 01.08.2019).
8. Колективні засоби розміщування в Україні. 2017 : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2018. С. 142.

References:

1. Boiko N.I. (2014). Zastosuvannia klasterneho analizu dlia diahnostryky diievosti hospodarskoho mekhanizmu torhovelynykh pidpriemstv [Application of cluster analysis for diagnostics of efficiency of economic mechanism of trading enterprises]. *Natsionalnyi universytet "Lvivska politekhnika"* (electronic journal). Available at: http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/plugin-46_60.pdf (accessed 20 July 2019).
2. Borushchak M. (2006). Problemy formuvannia stratehii rozvytku turystychnykh rehioniv. Monohrafiia. [Problems of formation of strategy of development of tourist regions. Monograph]. Lviv : IRD NAN Ukrainy, 288 p.
3. Borsch L.M. (2005). Investuvannia: teoriia i praktyka [Investing: Theory and Practice]. Kiev : ZNANNIA, pp. 470.
4. Vachevskiy M.V., Svintsov O.M. ta Kuznietsov V.F. (2000). Rekreatsiini mozhlyvosti Truskavetsko-Skhidnytskoho rehionu [Recreational opportunities of Truskavets-Skhidnytsia region]. *Ukrainskyi balneolohichnyi zhurnal* (electronic journal), no. 3-4, pp. 101–105. Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/vachevsky.htm (accessed 20 July 2019).
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017). *Kapitalni investysii v Ukraini za sichen-hruden 2016 roku* [Capital investment in Ukraine for January-December 2016]. Available at: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/06/Arch_ki_bl.htm (accessed 20 July 2019).
6. *Vikipediia: vilna entsyklopediia* (2019). *Stattia Mekhanizm* [Article Mechanism]. Available at: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Mekhanizm.htm> (accessed 29 July 2019).
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2015). *Pro Zatverdzhennia formy derzhavnoho statystychnoho sposterezhen-nia: Zvit pro diialnist kolektyvnoho zasobu rozmishchuvannia za 2015 ta 2016 r. № 338* [On Approval of the State Statistical Observation Form: Collective Asset Activity Report for 2015 and 2016 № 338]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2015/338/338_2015.htm (accessed 01 August 2019).
8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy 2017 (2018). *Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukraini* [Collective accommodation facilities in Ukraine]. Kiev, pp. 142.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены темпы роста основных показателей развития туризма. Исследованы регионы Украины по показателям развития рынков туристических услуг потоков поступлений и расходов, связанных с туризмом. Разработан дисперсионный анализ регионов и приведены статистические данные количества туристов, обслуженных субъектами региональных рынков туристических услуг Украины. Проведена оценка состояния региональных рынков туристических услуг Украины по показателям, касающиеся туристического потребления. Проанализирована динамика доходов от предоставления услуг туристам по регионам Украины. Проведен предварительный анализ главных показателей развития рынка туристических услуг Украины с помощью кластерных алгоритмов. Предложено научно-методический подход к важным средствам коллективного размещения по региональным рынкам туристических услуг.

Ключевые слова: динамика рынка туристических услуг, туризм, региональные рынки, анализ исследований рынка туристических услуг.

ANALYSIS OF ACTIVITIES OF REGIONAL MARKETS OF TOURIST SERVICES OF UKRAINE

Today, there is no division of the tourist services market of Ukraine into regional literature in the scientific literature. Most scholars identify the borders of the market with the geographical borders of a particular region. However, such an analysis is not sufficiently accurate because it does not take into account the similarities between regional markets, and therefore does not allow to integrate the assessment of tourism potential of Ukrainian regions on the basis of the law of synergy. To study regional markets for tourism services in Ukraine, to identify among them the leading, moderately and poorly developed, it is necessary to group them according to the main indicators of activity. The analysis of the main indicators of the development of the tourist services market of Ukraine will allow, on the basis of statistical analysis methods, to distinguish the regional markets of tourist services, which are characterized by a high level of asymmetry. The promotion of tourism flow in the tourism sector can guarantee a significant contribution to the economy of the country in the creation of new jobs, replenishment of the state budget through payment of taxes and visits to Ukraine by foreign tourists. Tourism in Ukraine reflects its internal socio-economic and political status. Thus, it is proposed to cluster regions of Ukraine in terms of the development of tourist services markets. The baseline data are presented for 2017 as the most indicative, given the situation with the inability to explore the development of the Autonomous Republic of Crimea and some territories of Luhansk and Donetsk regions due to their temporary occupation. Statistica Trial tools will be used for the calculations. All cluster algorithms require estimating the distance between clusters or objects. When calculating this distance, it is necessary to determine the scale of measurement. As the data presented uses completely different types of measurement scales, they must be standardized so that each value will have an average of 0 and a standard deviation of 1. The study will be conducted in three stages to gradually identify how the tourist market in Ukraine is developing regionally. In order to ensure a reliable quantitative assessment of the state of regional markets for tourist services in Ukraine, it is proposed to use a scientific and methodological approach.

Key words: *tourism market dynamics, tourism, regional markets, analysis of tourist services market research.*