

МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МІЖНАРОДНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ

УДК 338: [519.258]

ДРУЖИНИНА В. В.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ

У статті обґрунтовується кластерний підхід до функціонування суб'єктів регіональних ринків туристичних послуг, наголошується на необхідності враховувати його особливості, можливість дослідження диверсифікації та кластеризації на основі статистичних методів. Отримано типологію ринків туристичних послуг регіонів. Інформаційною базою дослідження являються статистичні офіційні дані Державної служби статистики України. За результатами кластеризації зроблені відповідні висновки з визначенням напрямків перспективного дослідження.

Ключові слова: регіон, ринок туристичних послуг, статистичний аналіз, кластеризація, туроператор, турагент.

DRUZHYNINA V. V.

Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi University

STATISTICAL ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF THE SUBJECTS OF REGIONAL MARKET OF TOURISM SERVICES IN UKRAINE ON THE BASIS OF CLUSTERIZATION

The aim of the article is to carry out a statistical analysis of the development of tourist services in Ukraine based on using cluster analysis. In the services sector, a special place is occupied by tourist services, and accordingly the market of tourist services, faced with difficulties, whose decisions require the use of cluster analysis, is developing accordingly. The peculiarity of the state of the tourist services market in Ukraine, the uneven development in the country, makes it possible and necessary for regional and interregional levels of clustering of the tourist services market to be based on statistical methods. During the preparation for the cluster analysis, a base of analytical 54 indicators (4 productive and 50 factors) for 2015 and 2016 was created in 24 regions of Ukraine. As a result of clusterization, two clusters have been identified: the composition of cluster 1 in 2016 compared to 2015 is 67%, and the composition of cluster 2 changed in 2016 compared with 2015 by 4.5% in the direction of reduction. Thus, the tourism services market in Ukraine is experiencing such a stage of life cycle as maturity, and each of the regions has a resource potential to meet the needs of the population in tourist services.

Keywords: region, market of tourist services, statistical analysis, clustering, tour operator, travel agent

Постановка проблеми та її актуальність. Найважливішою світогосподарчою тенденцією є динамічний розвиток сфери послуг в структурі національних економік. Сфера послуг зберігає високі позиції в економіці розвинених країн і швидко прогресує в країнах з транзитивною економікою, стаючи одним з найбільш перспективних секторів ринкової економіки. Вона обумовлює входження суспільства в новий постіндустріальний або інформаційний період свого розвитку, якісно перетворюючи сферу усього життя. Одночасно сфера послуг є найважливішим джерелом підвищення якості життя населення. У сфері послуг особливе місце займають туристичні послуги, а відповідно розвивається і ринок туристських послуг, який стикається з труднощами, рішення яких потребує використання наукових засобів, які має в своєму арсеналі економічна наука і, перш за все, така її галузь, як кластерний аналіз.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Кластерний аналіз застосовується у соціології, психології, економіці, маркетингу, менеджменті, медицині і т.д. Кластерний аналіз добре зарекомендував себе у всіх сферах життєдіяльності людини. Методика кластерного аналізу знайшла своє відображення у працях Р. Тріона, М. Портера і застосовувалася по відношенню до галузей економіки і організацій, шведськими бізнес-економістами К. Фредрікссоном, Л. Ліндмарком для позначення скупчень підприємств у просторі, а також для опису процесів концентрації виробництва [1], Н. Н. Райської [2] при кластеризації регіонів за змінними, що відносяться до економічної, комунікаційної, наукової і освітньої сфер, Савіна К. М. [3] для оцінки якості процесів життєзабезпечення на прикладі підприємства, Войнаренка М. П. і застосовується в ході вирішення питання відновлення і відродження економіки України саме з регіонів і саме з використання кластерних ініціатив [4], Дружиніна В. В. для оцінки професійно-кваліфікаційних змін ринку праці [5].

Постановка завдання. Мета статті – провести статистичний аналіз розвитку туристичних послуг в Україні на основі використання кластерного аналізу.

Результати досліджень. Ринок туристичних послуг, підкоряючися загальним законам ринку, має низку властивих йому особливостей функціонування, до яких можна віднести наступні: сильний вплив нецінових факторів попиту; сильна схильність кон'юнктури ринку туристичних послуг впливу факторів соціально-демографічного і психологічного характеру; практично незмінним попитом на туристичні

послуги навіть в періоди катаклізмів («пташиний грип», цунамі, загрози тероризму в різних районах України та світу і так далі); відносно низька швидкість реакції на зміну ринкової ситуації з боку деяких постачальників туристських послуг (послуги засобів розміщення, сектора розваг і т.д.) в короткостроковому періоді; схильність різким сезонним коливанням; концентрація продавців туристських послуг в регіонах, що володіють різноманітними туристськими ресурсами; концентрація споживачів туристичних послуг в районах з високим рівнем доходів населення. Головною особливістю стану ринку туристичних послуг України є його нерівномірність розвитку на території країни. Це обумовлює можливість і необхідність регіонального та міжрегіонального рівнів дослідження кластеризації ринку туристичних послуг на основі статистичних методів.

Дисперсія значень показників функціонування суб'єктів ринку туристичних послуг по регіонах України, існуюча асиметрія обсягів візного і в'їзного туризму, недостатня розвиненість інфраструктури ринку обумовлюють доцільність застосування кластерного аналізу в сфері розвитку ринку туристичних послуг на попередньому етапі дослідження [6].

З метою виділення у складі регіонів України однорідних за рівнем соціально-економічного розвитку груп ринків туристичних послуг виконано кластерний аналіз.

У процесі підготовки до проведення кластерного аналізу була створена база аналітичних показників по регіонах України. Склад регіонів, які включені в базу аналітичних показників, визначався наявністю повної статистичної інформації з усіх аналізованих змінних для регіону [7]. Масив початкових даних містить інформацію 24 регіонів по 54 показникам (4 результативних і 50 факторних) за 2015 і 2016 рр. Умовно всі показники поділені на чотири групи: результативні; демографії та економіки праці; кількісно-якісного складу працівників туристичних підприємств; економічні показники туристського ринку. До першої групи слід віднести узагальнюючі показники, які характеризують рівень розвитку регіону за туристським напрямом (валовий регіональний продукт, млн грн. (Y_1), дохід від надання туристичних послуг туроператорами, тис. грн. (Y_2), дохід від надання туристичних послуг турагентами, тис. грн. (Y_3), дохід від надання туристичних послуг суб'єктами, що здійснюють екскурсійну діяльність, тис. грн. (Y_4)).

До групи показників демографії та економіки праці включені: чисельність постійного населення регіону, тис. осіб (X_1), чисельність живонароджених осіб (X_2), чисельність померлих осіб (X_3), чисельність економічно-активного населення у віці 15–70 років, тис. осіб (X_4), чисельність економічно-активного населення у віці 15–70 років працездатного віку, тис. осіб (X_5), чисельність безробітного населення у віці 15–70 років, тис. осіб (X_6), рівень безробіття населення у віці 15–70 років, % до ЕАН (X_7), рівень безробіття населення у віці 15–70 років працездатного віку, % до ЕАН (X_8), рівень зайнятості населення у віці 15–70 років, % до всього населення відповідного віку (X_9), рівень зайнятості населення у віці 15–70 років працездатного віку, % до всього населення відповідного віку (X_{10}), потреба роботодавців у працівниках за регіонами, тис. осіб (X_{11}), працевлаштування зареєстрованих безробітних, тис. осіб (X_{12}), доходи населення за регіонами, млн грн. (X_{13}).

До показників третьої групи, що характеризують кількісно-якісний склад працівників туристичної діяльності, віднесені середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності за регіонами, осіб (X_{14}), середньооблікова кількість штатних працівників-жінок суб'єктів туристичної діяльності за регіонами, осіб (X_{15}), середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності до 30 років за регіонами, осіб (X_{16}), особи, що мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб (X_{17}).

До останньої групи включені економічні показники туристичного ринку регіонів: кількість туроператорів на ринку (X_{18}), кількість турагентів (X_{19}), кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність (X_{20}), витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій (на розміщення та проживання), тис. грн. (X_{21}), витрати туроператорів на харчування, тис. грн. (X_{22}), витрати туроператорів на медичне обслуговування туристів, тис. грн. (X_{23}), витрати туроператорів на екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг), тис. грн. (X_{24}), витрати туроператорів на візове обслуговування (включаючи витрати на оформлення поїздки), тис. грн. (X_{25}), витрати туроператорів на транспортне обслуговування, тис. грн. (X_{26}), витрати туроператорів на послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури, тис. грн. (X_{27}), витрати туроператорів на інші послуги, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн. (X_{28}), витрати турагентів на послуги сторонніх організацій (на розміщення та проживання), тис. грн. (X_{29}), витрати турагентів на харчування, тис. грн. (X_{30}), витрати турагентів на медичне обслуговування туристів, тис. грн. (X_{31}), витрати турагентів на екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг), тис. грн. (X_{32}), витрати турагентів на візове обслуговування (включаючи витрати на оформлення поїздки), тис. грн. (X_{33}), витрати турагентів на транспортне обслуговування, тис. грн. (X_{34}), витрати турагентів на послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури, тис. грн. (X_{35}), витрати турагентів на інші послуги, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн. (X_{36}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на послуги сторонніх організацій (на розміщення та проживання), тис. грн. (X_{37}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на харчування, тис. грн. (X_{38}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на медичне обслуговування туристів, тис. грн. (X_{39}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг), тис. грн.

(X_{40}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на візове обслуговування (включаючи витрати на оформлення поїздки), тис. грн. (X_{41}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на транспортне обслуговування, тис. грн. (X_{42}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури, тис. грн. (X_{43}), витрати суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, на інші послуги, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн. (X_{44}), кількість реалізованих населенню туроператорами путівок (X_{45}), кількість реалізованих населенню турагентами путівок (X_{46}), вартість реалізованих туроператорами туристичних путівок, тис. грн. (X_{47}), вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок, тис. грн. (X_{48}), кількість туристів та екскурсантів, обслугованих туроператорами, осіб, (X_{49}), кількість туристів та екскурсантів, обслугованих турагентами осіб, (X_{50}).

Для створення бази даних було використано пакет обробки і аналізу статистичної інформації SPSS. У проведеному дослідженні використовувалися метод ієрархічної класифікації і метод k-середніх. На першому етапі процедура кластерного аналізу досліджуваної сукупності (10 підприємств) виконувалася методом ієрархічного об'єднання у кластери – Варда. Метод Варда дозволяє створювати кластери невеликого розміру, що відповідає задачі сегментації невеликої вибіркової сукупності [8].

Для визначення відстані між кластерами було обрано метод «манхеттенської відстані» (метод міських кварталів). Для цього заходу вплив окремих великих різниць (викидів) зменшується, оскільки вони не зводяться до квадратичного ступеню [8]. Це дозволило надалі виключити нетипові одиниці (виброси) зі складу досліджуваної сукупності регіонів (м. Київ). Виняток статистичних викидів і повторна класифікація регіонів методом Варда із застосуванням евклідової метрики відстані дозволили визначити гіпотетичне число кластерів у кожному році (рис. 1, 2).

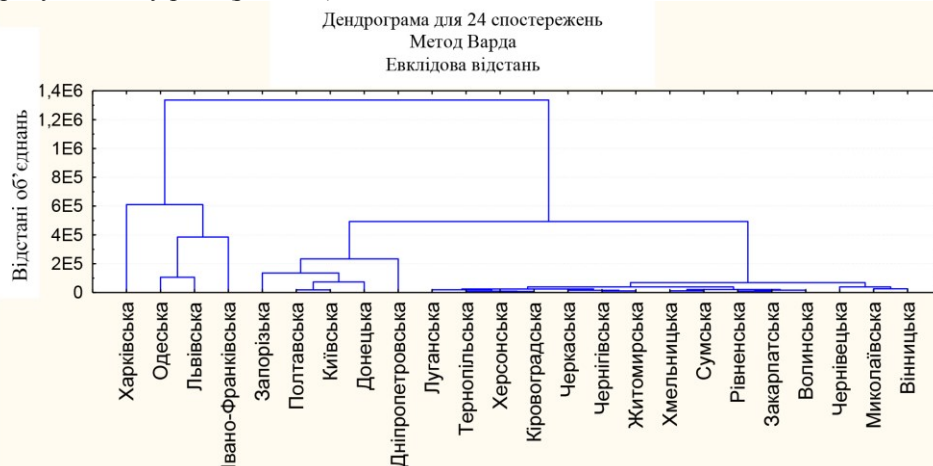


Рис. 1. Дендродіаграма розподілу регіонів України за результативними і факторними показниками функціонування суб'єктів ринку туристичних послуг в 2015 році (кластеризація методом Варда з використанням функції відстані Евклідова метрика)

На наступному етапі, маючи уявлення про кількість кластерів, на які розчленовується сукупність, був застосований метод k-середніх, що дозволяє поєднувати якісний економіко-статистичний аналіз зі складними формалізованими методами. У результаті проведеного кластерного аналізу результативних і факторних показників ринку туристичних послуг методом k-середніх одержані початкові дисперсійні матриці з 54 показників для 2015 і 2016 р. і графік (рис. 3).

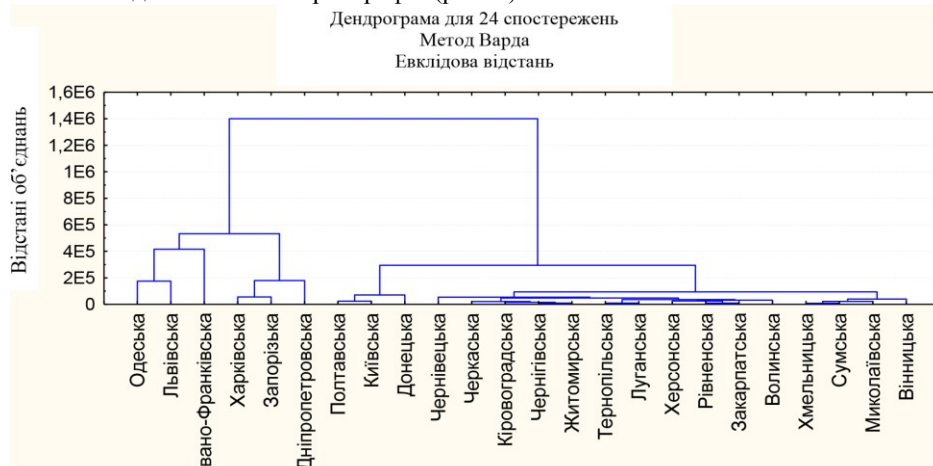


Рис. 2. Дендродіаграма розподілу регіонів України за результативними і факторними показниками функціонування суб'єктів ринку туристичних послуг в 2016 році (кластеризація методом Варда з використанням функції відстані Евклідова метрика)

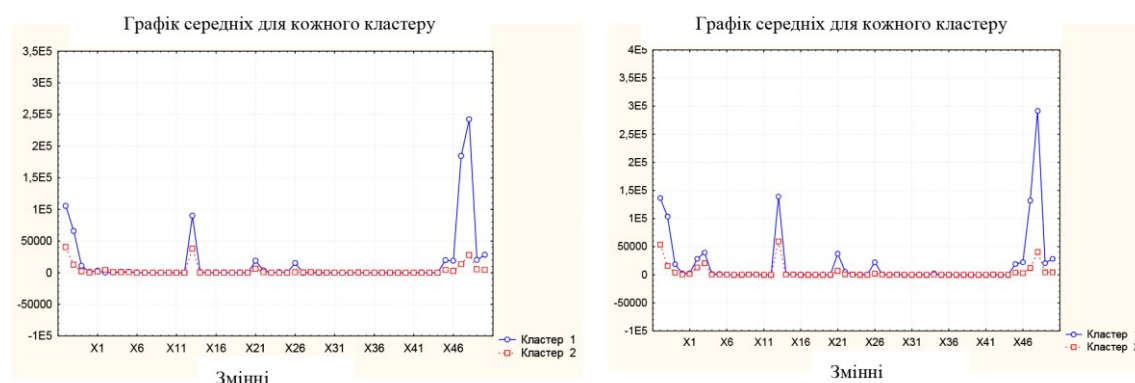


Рис. 3. Графік первинної дисперсійної матриці результативних і факторних показників (YX) функціонування суб'єкту туристичного ринку регіонів України у 2015р. (ліворуч) і 2016 р. (праворуч)

Склад кластерів за результативними і факторними показниками ринку туристичних послуг за 2015 і 2016 р. представлений у табл. 1. Розраховані коефіцієнти постійності складу кластерів за два періоди мають наступний рівень: склад кластера 1 у 2016 році у порівнянні з 2015 роком співпадає на 75%, а склад кластера 2 змінився у 2016 році у порівнянні з 2015 роком на 5 % в бік збільшення.

Таблиця 1

Склад кластерів за результативними та факторними показниками ринку туристичних послуг у 2015 році та 2016 році

№ кластера	2015 рік		№ кластера	2016 рік	
	Регіон			Регіон	
1 (4 регіони)	Дніпропетровська, Львівська, Одеська, Харківська		1 (3 регіони)	Дніпропетровська, Львівська, Одеська	
2 (20 регіонів)	Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Полтавська, Рівненська, Хмельницька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська, Чернігівська, Чернівецька		2 (21 регіон)	Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Полтавська, Рівненська, Хмельницька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська, Чернігівська, Чернівецька	

У результаті на першому кроці кластерного аналізу побудована таблиця міжгрупових і внутрішньогрупових дисперсій змінних. З дисперсійної матриці були виключені показники з великими значеннями $p (>0,05)$, результати наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Дисперсійний аналіз на першому етапі розділення на кластери регіонів за результативними та факторними показниками регіонального ринку туристичних послуг у 2016 році методом k-середніх

	Between	df	Within	df	F	Signif.p
Y1	1,802996E+10	1	2,962489E+10	22	13,38939	0,001380
Y2	2,032686E+10	1	7,684151E+10	22	5,81965	0,024630
Y3	5,770220E+08	1	4,565313E+08	22	27,80638	0,000027
Y4	1,365110E+07	1	1,409294E+07	22	21,31026	0,000134
X1	3,845078E+06	1	1,202175E+07	22	7,03655	0,014540
X2	5,941515E+08	1	3,707453E+08	22	35,25690	0,000006
X3	9,462717E+08	1	1,484218E+09	22	14,02623	0,001121
X4	1,092437E+06	1	1,042466E+06	22	23,05456	0,000085
X5	1,071252E+06	1	1,005326E+06	22	23,44269	0,000077
X6	2,719291E+03	1	8,050339E+03	22	7,43129	0,012335
X7	2,499429E+01	1	9,655904E+01	22	5,69470	0,026048
X8	2,908339E+01	1	1,053962E+02	22	6,07076	0,022034
X11	9,860060E+00	1	9,769524E+00	22	22,20388	0,000106
X13	1,676881E+10	1	1,808416E+10	22	20,39983	0,000171

	Between	df	Within	df	F	Signif.p
X14	4,393172E+05	1	2,864245E+05	22	33,74355	0,000008
X15	2,725732E+05	1	8,569247E+04	22	69,97826	0,000000
X16	4,757100E+04	1	2,962896E+04	22	35,32227	0,000006
X17	1,164460E+05	1	5,367895E+04	22	47,72471	0,000001
X18	1,640625E+03	1	1,190000E+03	22	30,33088	0,000016
X19	1,535259E+04	1	7,061905E+03	22	47,82804	0,000001
X20	1,303810E+02	1	1,289524E+02	22	22,24372	0,000105
X24	3,942280E+05	1	4,796348E+05	22	18,08254	0,000326
X25	5,435203E+05	1	7,550287E+05	22	15,83707	0,000634
X26	1,085108E+09	1	1,521789E+09	22	15,68704	0,000664
X28	9,092613E+04	1	8,576032E+04	22	23,32518	0,000080
X32	2,926176E+04	1	6,515041E+04	22	9,88112	0,004720
X34	1,209727E+07	1	2,658089E+07	22	10,01246	0,004495
X35	1,628149E+01	1	3,927810E+01	22	9,11940	0,006298
X36	2,040287E+04	1	7,038138E+04	22	6,37758	0,019267
X46	9,994193E+08	1	8,049496E+08	22	27,31503	0,000031
X47	3,769826E+10	1	2,078096E+10	22	39,90970	0,000002
X48	1,658007E+11	1	6,090688E+10	22	59,88841	0,000000
X50	1,515266E+09	1	9,992795E+08	22	33,35988	0,000008

За середніми значеннями вищенаведених показників з виділених кластерів побудовані графіки (рис. 4), що свідчить про оптимальний варіант кластеризації змінних. На основі цих графіків можна виключити показники, які трохи відрізняються.

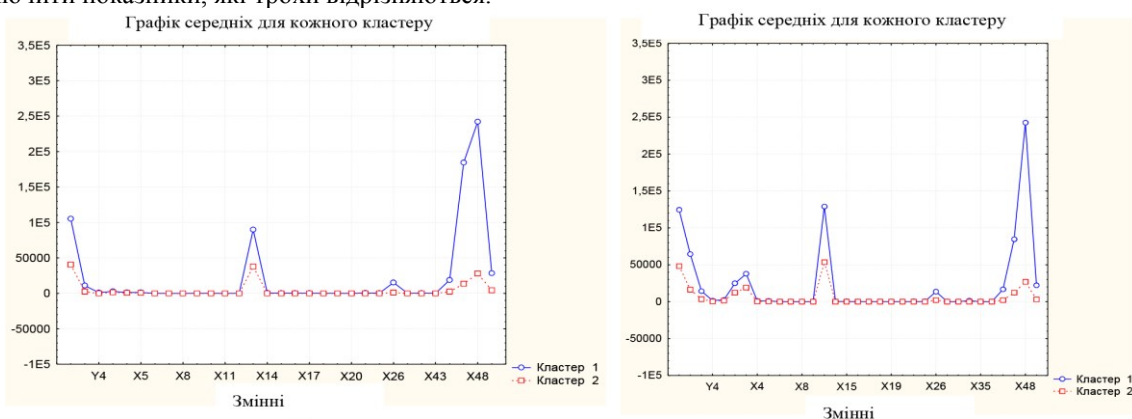


Рис. 4. Графік, отриманий за дисперсійною матрицею результативних та факторних (YX) показників функціонування суб'єктів регіонального ринку туристичних послуг після виключення показників у 2015 р. (ліворуч) і 2016 р. (праворуч)

У результаті на другому кроці кластерного аналізу отримано новий варіант розподілу регіонів на два кластери (табл. 3), з яких встановлені кластероутворюючі змінні {YX} за 2015 і 2016 р. (табл. 4).

Таблиця 3

Склад кластерів за результативними та факторними показниками ринку туристичних послуг у 2015 році та 2016 році

2015 рік		2016 рік	
№ кластера	Регіон	№ кластера	Регіон
1 (2 регі-они)	Львівська, Одеська	1 (3 регіони)	Івано-Франківська, Львівська, Одеська
2 (22 регі-они)	Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Полтавська, Рівненська, Хмельницька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Черкаська, Чернігівська, Чернівецька	2 (21 регіон)	Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Київська, Полтавська, Рівненська, Хмельницька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Черкаська, Чернігівська, Чернівецька

Результати табл. 4 підтверджують сучасний стан функціонування суб'єктів регіональних ринків туристських послуг. Лідерські позиції займають Львівська та Одеська області у 2015 році, а у 2016 році перший кластер поповнила Івано-Франківська область, що забезпечило підвищення результуючих показників. На підвищення результуючих показників по першому кластеру ($\Delta Y_2 = +63243,7$ тис. грн, $\Delta Y_3 = +3735,7$ тис. грн, $\Delta Y_4 = +502,9$ тис. грн) вплинуло значне збільшення кількості реалізованих населенню турагентами путівок ($X_{46} = +3551,7$) та кількість туристів та екскурсантів, обслугованих турагентами осіб, ($X_{50} = +4924$ осіб). Такі високі показники говорять про те, що за цей період туристичні послуги суб'єктів туристичної діяльності цих регіонів користувалась великим попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Наприклад, популярності Прикарпаттю додає діяльність гірськолижного курорту "Буковель", можливість змагання на байдарках на річках Прут і Черемош, дельтапланеризм. Для іноземців, які впродовж останніх років активно відвідують Прикарпаття, співвідношення ціна-сервіс є прийнятним для їхнього гаманця. Якщо мову вести про Львівський регіон, то головним центром тяжіння для туристів є місто Львів. Чисельність туристів, що відвідали історичні пам'ятки цього міста, з кожним роком збільшується, а за період, що аналізується, збільшилось майже на 0,6 млн осіб. Найчастішими гостями Львова є українці (54%), але й іноземців тут не бракує (46%).

Таблиця 4

Середні значення кластероутворюючих змінних (результативних та факторних показників функціонування суб'єктів регіонального ринку туристичних послуг) у 2015 і 2016 роках

Кластероутворюючі змінні	2015 рік		2016 рік	
	Кластер 1 (2 регіони)	Кластер 2 (22 регіони)	Кластер 1 (3 регіона)	Кластер 2 (21 регіон)
Y_2	124732,4	49167,32	187976,7	15727,1
Y_3	10809,2	3102,9	14544,9	4045,18
Y_4	2047,8	172,8	2550,7	265,9
X_1	7464,0	1587,2	2089,5	1649,6
X_4	1110,5	655,3	939,5	680,3
X_5	1082,6	630,7	913,2	656,1
X_6	81,4	60,8	71,3	67,6
X_7	7,4	10,1	7,8	10,9
X_8	7,5	10,5	8	11,3
X_9	56,4	55,7	–	–
X_{10}	64,9	63,6	–	–
X_{11}	1,7	0,85	2	1,2
X_{12}	20,9	17,9	–	–
X_{14}	646,5	127,7	555	108,8
X_{15}	493,5	85,4	352,3	72,6
X_{16}	233	31,3	175,7	28,2
X_{17}	302	50,8	242,7	45,8
X_{18}	46	8,6	30	6,8
X_{19}	89,5	28,3	75	26,8
X_{20}	13	1,1	8,7	1,3
X_{24}	1039,7	32,5	511,9	27,2
X_{25}	813,5	9,3	472,3	17
X_{28}	–	–	227,1	25,2
X_{32}	–	–	9,3	20,2
X_{34}	–	–	2126,6	111,6
X_{35}	–	–	2,5	0,1
X_{36}	125,4	4,2	81,5	18,2
X_{42}	750,1	37,8	–	–
X_{43}	56,6	0	–	–
X_{46}	15702	4277,2	19253,7	3159,3
X_{47}	340336,6	14875,9	149822,1	14865,3
X_{50}	18869	7317,8	23793	4896,7

Топ-5 країн, з яких найчастіше приїжджають туристи до нашого міста, – це Польща, Туреччина, Білорусь, Німеччина та США. Якщо ж говорити про українських туристів, то найбільше мандрівників з Києва, Харкова, Одеси, Дніпропетровська та Запоріжжя. Якщо розглядати Одеський регіон, то перш за все увагу приділяє місто Одеса, яке є чудовим місцем для оздоровлення та відпочинку, і, перш за все, це пляжний відпочинок. У кластері 2 такі результуючі показники як Y_3 та Y_4 мають тенденцію до збільшення

відповідно на 942,28 тис. грн та 93,1 тис. грн. В 2016 році активізується розвиток екскурсійної діяльності в регіонах, «тобто турів, основною метою яких є відвідування й знайомство з історичними, культурними та іншими визначними пам'ятками певного регіону», що забезпечить «підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому» [9]. На зростання доходів від надання туристичних послуг впливають як економічні та соціально-демографічні чинники, а також ринкові, тобто цінові та нецінові чинники попиту та пропозиції, а також Система підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристської галузі. Але ж показники кількісно-якісного складу працівників туристичної діяльності мають тенденцію на зменшення, що обумовлює виникнення проблем підготовки персоналу з туризму, що прослідковується ще в процесі навчання. У навчальних закладах студентів навчають теорії, а зіткнувшись з реальністю надається можливість тільки під час проходження практики, але і тут не все так просто. До студентів-практикантів і студентам-стажистам на туристських підприємствах серйозно не ставляться, і допускають безпосередньо до роботи досить рідко. Це пояснюється тим, що роботодавці вважають, що знання молодих фахівців не відповідають вимогам туристичного ринку. Не дивлячись на це, ВНЗ не звертаються до туристичних підприємств за консультацією з приводу коригування навчальних програм.

Кластероутворюючими регіонами другого кластеру є Дніпропетровський, Запорізький та Харківський регіони з обласними туристичними центрами – «початковий, кінцевий чи транзитний пункт міжнародних та місцевих маршрутів», що «має досить визначені рекреаційні ресурси, великий потенціал щодо розвитку екологічного, спортивного, пізнавального та ділового туризму» [10].

Висновки. Таким чином, на основі отриманих результатів кластерного аналізу можна зробити наступні висновки: по-перше, кластер є одним з привабливих моделей, оскільки об'єднує на добровільних і взаємовигідних засадах суб'єктів економічної діяльності, що дозволяє їм успішно конкурувати на туристичних ринках різних регіонів; по-друге, ринок туристичних послуг в Україні переживає такий етап життєвого циклу як зрілість, і кожен із регіонів має ресурсний потенціал для задоволення потреб населення у туристичних послугах. Однак, якщо ставити за мету успішний розвиток туристичного бізнесу, то вже сьогодні варто задуматися про створення виробничо-освітнього кластера з його інноваційною спрямованістю, оскільки без впровадження інновацій кластерне об'єднання буде прототипом територіально-виробничих об'єднань і зможе проіснувати лише обмежений проміжок часу до логічного завершення свого виробничого потенціалу, що і буде базою наступних досліджень.

Література

1. Боженко С. В. Кластерный анализ в экономических исследованиях: направления и опыт использования [Электронный ресурс] / С. В. Боженко, А. А. Брут-Бруляко. – Режим доступа : http://www.kstu.edu.ru/science/vest_2008_1.php?id=2.
2. Райская Н. Н. Кластерный анализ регионов России по уровню инвестиционного потенциала / Н. Н. Райская, Я. В. Сергиенко, А. А. Френкель // Вопросы статистики. – 2007. – № 5. – С. 3–9.
3. Савин К. Н. Формирование и развитие регионального кластера качества жизнеобеспечения : монография / К. Н. Савин. – М. : Изд-во «Экономика», 2009. – 336 с.
4. Войнарченко М. П. Кластеры в інституційній економіці : [монографія] / М. П. Войнарченко. – Хмельницький : ХНУ : Тріада-М, 2011. – 502 с.
5. Дружиніна В. В. Оцінка ознак професійно-кваліфікаційних змін місцевого ринку праці / В. В. Дружиніна. – Економіка і право. – 2012. – № 1(32). – С. 23–28.
6. Дружиніна В. В. Оцінка стану туристичної інфраструктури з урахуванням особливостей розвитку регіону / В. В. Дружиніна, О. М. Залуніна // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2015. – № 10. – С. 177–182.
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП «STATISTICA» : учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики» / Н. Н. Буреева. – Нижний Новгород : Образовательно-научный центр «Информационно-телекоммуникационные системы: физические основы и математическое обеспечение», 2007. – 112 с.
9. Абрамов В. В. Проблеми удосконалення системи підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристської галузі України / В. В. Абрамов, М. М. Поколюдна // Коммунальное хозяйство городов : научно-технический сборник. – № 75. – С. 203–211.
10. Тишевська О. В. Проблеми і перспективи розвитку туристичної галузі в Харківському регіоні / О. В. Тишевська // Коммунальное хозяйство городов : научно-технический сборник. – № 75. – С. 442–449.

Надійшла: 28.09.2017; рецензент: д. е. н., проф. Хоменко М. М.