

УДК 330.101

В. К. Збарський,

д. е. н., професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID ID: 0000-0002-6114-8602

Д. В. Грибова,

к. е. н., доцент, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ORCID ID: 0000-0002-3270-2504

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.8.23

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

V. Zbarsky,

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

D. Gribova,

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

REGIONAL FEATURES OF INFRASTRUCTURE SUPPORT OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті висвітлено сучасний стан та інфраструктурного сфери туризму в Україні. Проаналізовано динаміку внутрішнього туризму протягом останніх років. Доведено, що індустрія гостинності є більш розвинутою, ніж послуги внутрішнього туризму. Зазначається, що головним показником розвитку внутрішнього туризму є туристичний потік. Сформульовано основні фактори, які впливають на характер туристичного потоку, а саме: ціна туристичного продукту, кількість населення, розмір доходів населення, курс національної валюти, кількість туроператорів, кількість туристичних об'єктів, кількість колективних засобів розміщення. В статті проаналізовано характер взаємозв'язку попиту на готельні місця та сукупністю ендогенних і екзогенних факторів. Доведено пряму залежність кількості перебування внутрішніх туристів у колективних засобах розміщування від ВВП на душу населення, а також загальним обсягом туристичних послуг. Вказується на важливість дослідження регіональних особливостей поведінки туристів на внутрішньому ринку. В статті проведено аналіз регіонів України щодо розвитку внутрішнього туризму. Аналіз дав можливість виявити 10 кластерів, встановлено, що лише регіони чотирьох кластерів мають достатньо високий рівень розвитку сфери внутрішнього туризму: 1-й кластер — м. Київ, 2-й — Львівська та Івано-Франківська області, 3-й — Одеська, Дніпропетровська, Харківська, Київська, Хмельницька області, 4-й — Запорізька та Херсонська області.

The article highlights the current state and infrastructure of tourism in Ukraine. The dynamics of domestic tourism in recent years has been analyzed. It has been proven that the hospitality industry is more developed than domestic tourism services. There is a disproportion between the Ukrainian tourism and hospitality industry, namely the lack of its unity, when tourists in the middle of the country form less than 10% of clients of collective accommodation facilities. It is noted that the main indicator of the development of domestic tourism is the tourist flow. The main factors that influence the nature of the tourist flow are formulated, namely: the price of the tourist product, the number of the population, the size of the population's income, the national currency rate, the number of tour operators, the number of tourist sites, the number of collective accommodation facilities. It is noted that the internal tourist flow generates tourists' costs and accordingly the revenues of the producers of tourism products and services.

The article analyzes the nature of the relationship between demand for hotels and a set of endogenous and exogenous factors. The direct dependence of the number of domestic tourists staying in collective accommodation facilities per GDP per capita as well as the total volume of tourist services has been proved. The importance of researching regional

features of tourist behavior in the domestic market is pointed out. The article analyzes the regions of Ukraine in terms of domestic tourism development.

It is noted that all regions of Ukraine have completely different socio-economic, natural-cultural, demographic and political parameters. In order to reduce the concentration of available parameters and establish a structural interconnection, a cluster analysis of the regions by administrative and natural climatic characteristics was carried out.

The analysis revealed 10 clusters, found that only the regions of the four clusters have a sufficiently high level of development of the sphere of domestic tourism: 1st cluster — Kyiv, 2nd — Lviv and Ivano-Frankivsk regions, 3rd — Odessa, Dnipropetrovsk, Kharkiv, Kyiv, Khmelnytsky regions, 4th — Zaporizhzhya and Kherson regions. It is noted that business tourism is an important segment of the market in terms of the strategy of increasing both inbound and inland tourism.

Ключові слова: туристична індустрія, екзогенний фактор, ендогенний фактор, внутрішній туризм, регіональний кластер, індустрія гостинності, інфраструктурне забезпечення.

Key words: tourism industry, exogenous factor, endogenous factor, domestic tourism, regional cluster, hospitality industry, infrastructure.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За сучасних умов набувають особливої актуальності питання забезпечення ефективного функціонування національної економіки на регіональному рівні, враховуючи загальносвітові тренди. Зокрема одним з галузевих напрямків, що активно розвиваються, є сфера туризму.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Необхідно зазначити, що проблеми забезпечення ефективного функціонування туристичної галузі розглядалися в працях С.В. Кальченко, В.А. Квартальнова, М.Й. Маліка та ін. Водночас, на нашу думку, потребують подальшого дослідження особливості сучасного рівня інфраструктурного забезпечення сфери вітчизняного туризму.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження сучасного стану та особливостей інфраструктурного забезпечення розвитку регіонального туризму.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Важливим показником розвитку інфраструктури туризму є кількість осіб, обслуговуваних у засобах розміщення. У період 2014—2018 рр. спостерігалася позитивна динаміка внутрішнього туристичного потоку. У 2018 році значення показника кількості перебування у колективних засобах розміщення значно зросло — на 29,2%, з яких лише іноземних громадян — на 66,4%. Число українців у колектив-

них засобах розміщення зростає стабільно щороку, і в 2018 році становила 6,1 млн осіб.

Констатуємо, що гостинність є більш розвиненою, ніж послуги внутрішнього туризму, що демонструють дані кількості розміщення. У 2018 році лише 7,6% внутрішніх туристів були у загальній кількості клієнтів закладів розміщення. Таким чином, встановлено диспропорцію української індустрії туризму та гостинності, а саме відсутність її єдності, коли туристи в середині країни формують менше 10% клієнтів колективних засобів розміщення. Тому першочерговим завданням ефективного розвитку внутрішнього туризму в Україні в аспекті пропозиції туристичного продукту є синхронізація діяльності туристичних фірм та колективних засобів розміщення на рівні регіональної соціально-економічної політики, а також підприємницького суспільства.

Розмір туристичних витрат у середині України, за аналізований період, збільшився більше ніж удвічі. Сукупні витрати на туристичне споживання в 2018 році становили 159,2 млн грн, з яких 105,4 млн грн витратили безпосередньо резиденти України.

Позитивну динаміку також продемонстрував приплив до бюджету надходжень від туризму — збільшення майже у чотири рази. Заданими Державної фіскальної служби України обсяг надходжень від сплати туристичного збору в 2018 році склав 90,7 млн грн, що на 66 млн більше ніж у 2014 році. Водночас його обсяг у 2018 році, порівняно з 2017 роком, зріс на 29,2%. Зростання обсягів надходжень від сплати турзбору відбулось, зокрема, за рахунок зміни підходу до його нарахування на підставі Закону України "Про внесення змін до Податково-

Таблиця 1. Модель регресії внутрішнього та в'їзного туристичного потоку України

	y	x1	x2	x3	x4	x5
2011	949909	29980	27,7	119,7	107,2	3189,369
2012	1044034	32480	38,4	103,5	102,8	1093,268
2013	934926	33965	41,7	105,3	101,4	1317,772
2014	339816	36904	24,8	122,2	114	1644,928
2015	372186	46413	37,1	127	23,3	758,2362
2016	488632	55899	54,1	105	111	1336,413
2017	516572	70233	70,2	122,7	117,3	1384,22
2018	532744	84235	90,7	128,9	113	2099,885

го кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів".

Попри суттєві політико-економічні проблеми в Україні, туристична діяльність реформується та розвивається. За останні п'ять років загальний вклад туризму в ВВП України збільшився з 87,4 млрд грн у 2014 році до 184,2 млрд грн у 2018 році [1]. Прямий вклад у ВВП країни також зріс удвічі. Проте загальний вклад у зайнятість населення в 2018 році знизився на 11%, порівняно з 2014 роком, і становив 791 тис. осіб. Причиною цього є зниження долі внутрішніх туристів, що користуються послугами туристичних організацій та колективних засобів розміщення. Іншими словами, в Україні на сьогоднішній день лише 11% українських туристів віддають перевагу організованому відпочинку у власній країні, чисельність яких у 2018 році, на жаль, знизилася на 3 п.п., порівняно з 2014 роком. Як наслідок, відбувається скорочення зайнятості у гостинному, екскурсійному та туристичному бізнесі, що, в свою чергу, не на користь розвитку туристичної галузі та макроекономічного стану України загалом.

Головним показником розвитку внутрішнього туризму є туристичний потік. Розглянемо цей показник у регіональному аспекті. Туристичний потік залежить від багатьох екзогенних показників, як зі сторони попиту (ціна турпродукту, кількість населення, розмір доходів населення, курс національної валюти тощо), так і зі сторони пропозиції (ціна турпродукту, кількість туроператорів, кількість туристичних об'єктів, кількість колективних засобів розміщення тощо). Внутрішній туристичний потік генерує витрати туристів і відповідно доходи виробників туристичних продуктів та послуг.

З метою дослідження внутрішніх туристичних подорожей було складено дані зі 48 спостережень за період з 2011 по 2018 роки. У якості ендогенної змінної використано показник кількості осіб, що перебувають у колективних

засадах розміщення (Y). Вибір набору екзогенних змінних здійснювався на засадах гіпотез про можливий вплив на кількість внутрішніх та в'їзних туристів. Економічна теорія головним детермінантом попиту вважає доходи населення, тому в економетричну модель у якості першої змінної екзогенної необхідно включити показник ВВП (для окремих областей ВРП) у розрахунку на душу населення за рік (x_1).

Оскільки туристичний збір є обов'язковим елементом туристичного обслуговування, що, також формує інформаційну базу для відвідування туристами певної географічної дестинації в Україні, то показник обсягів надходження від сплати туристичного збору було включено в модель у якості другої екзогенної змінної (x_2). Оскільки на вартість подорожей впливають ціни на транспорт та проживання, то в економічну модель необхідно включити індекс цін на транспортні послуги (x_3) та індекс цін на готельні послуги (x_4). В якості останньої екзогенної змінної моделі було обрано обсяг туристичних послуг, щодо організації внутрішніх турів (x_5), як фактор, що формує уяву про рівень розвитку обслуговування внутрішнього туризму. Отже, в модель було включено п'ять змінних. З використанням ППП Excel була отримана наступна економетрична модель (табл. 1):

$$Y = 1007815 + 41,7x_1 + 32129,1x_2 - 397x_3 - 630,8x_4 + 89,9x_5 \quad (1)$$

Для практичного використання даної моделі проведена перевірка її якості, тобто на адекватність вихідним спостереженням. Коефіцієнт детермінації ($R^2 = 0,949$) показує, що 95% варіації ендогенної змінної пояснюється варіацією п'яти екзогенних змінних, включених у модель.

Оцінка значимості економетричної моделі загалом здійснена з використанням F-критерія Фішера. Оскільки фактичне значення $F=7,44$ більше табличного ($F=2,18$), то нульова гіпотеза про незначимість моделі, з імовірністю 95%, була помилковою та прийнята альтернативна — про статистичну значимість цієї моделі.

Таблиця 2. Вихідні дані для проведення кластерного аналізу регіонів України щодо розвитку внутрішнього туризму

	У	x1	x2	x3	x4	x5
Вінницька	4822	1560,4	483,8	111,1	111,2	13683,5
Волинська	3110	1035,3	584,6	112,2	114,6	9134,3
Дніпропетровська	7105	3206,5	2523,5	112,6	108,4	51610,6
Донецька	3882	4165,9	1224,4	113,9	117,9	27279,7
Житомирська	1627	1220,2	544,8	109,8	116,3	6472,5
Закарпатська	2011	1256,8	3802	113,3	112	5391,3
Запорізька	11953	1705,8	3665,9	112,4	109,3	78226,8
Івано-Франківська	36316	1373,3	3699,4	111,6	114,5	276401,3
Київська	1929	1768	2326,9	110,9	113,3	14827,5
Кіровоградська	1800	945,5	259,3	109	112,5	4303,3
Луганська	56	2151,8	143,9	109,9	108,4	354,2
Львівська	50105	2522	13417,6	112,7	115,4	446083,3
Миколаївська	878	1131,1	1832,6	113,5	108,4	5662,1
Одеська	24529	2380,3	11550,7	114,1	113,7	68799,1
Полтавська	1684	1400,5	1341	110,8	111,7	9474,8
Рівненська	1070	1157,3	355,7	114,3	113,1	6310,5
Сумська	1992	1081,4	322,2	111,6	117,2	16664,4
Тернопільська	1257	1045,9	402	113,3	114,1	1698,9
Харківська	6602	2675,6	2979,6	112,9	114,5	34121
Херсонська	6206	1037,6	3690,6	110,3	116,3	21881,3
Хмельницька	5536	1264,7	731,5	112,5	113,6	7666,6
Черкаська	2193	1206,4	724,1	113,5	109,8	7782,8
Чернівецька	1793	904,4	527,2	110,9	111,2	2148,2
Чернігівська	642	1005,7	599,4	109,5	114,7	5376,6
м.Київ	87319	2950,8	32983,6	120	110,9	978530,7

Проаналізуємо економічну інтерпретацію моделі (1). Пряма залежність кількості перебування внутрішніх туристів у колективних засобах розміщування від ВВП на душу населення, згідно закону попиту є логічною. Зі збільшенням показника x_1 на 1 грн ендегенний фактор зростає на 42 особи. Пряма залежність між ендегенним показником та обсягом надходжень до бюджету туристичних зборів означає, що підвищення його величини за фіксованої ставки податку відповідає туристичному розвитку дестинації, що, у свою чергу, зумовлює додатковий приріст внутрішнього потоку туристів на 32,1 тис. осіб. Пряма залежність між обсягом туристичних послуг та кількістю туристів у колективних засобах розміщення демонструє вірний взаємозв'язок між туристичними фірмами та готельним бізнесом. Зі зростанням фактору x_3 на одиницю обсяг внутрішнього туризму збільшується на 90 осіб.

Згідно із законом попиту між ціновими факторами x_3 та x_4 та споживчим продуктом існує обернена залежність. За параметрами рівняння, у разі підвищення індексу цін на 1% на транспортні та готельні послуги кількість внутрішнього туристичного потоку знизиться на 397 та 631 осіб відповідно.

Дивлячись на загальну ситуацію формування внутрішнього туристичного потоку в Україні надзвичайно важливим є дослідження регіо-

нальних особливостей поведінки туристів на внутрішньому ринку. Усі регіони України, мають абсолютно різні соціально-економічні, природно-культурні, демографічні та політичні параметри. З метою зменшення концентрації наявних параметрів та встановлення структурного взаємозв'язку, на засадах моделі (1) використовуємо метод ієрархічної кластеризації (табл. 2).

Класифікація $n=25$ (24 області України та м. Київ) проводилася методом k -середніх кластерного аналізу за факторами x_1, x_2, x_3, x_4, x_5 , отриманими за допомогою регресійного аналізу. Використовуючи програму "Statistica 10", сформовано наступні результати кластерного аналізу.

Аналіз дав можливість виявити 10 кластерів, встановлено, що лише регіони чотирьох кластерів мають достатньо високий рівень розвитку сфери внутрішнього туризму: 1-й кластер — м. Київ, 2-й — Львівська та Івано-Франківська області, 3-й — Одеська, Дніпропетровська, Харківська, Київська, Хмельницька області, 4-й — Запорізька та Херсонська області.

Київ лідирує з великим відривом, а загальна кількість прибуття гостей і туристів у столицю майже відповідає чверті загальної чисельності туристичного потоку всіх 24 областей України. Великий обсяг послуг готелів та аналогічних засобів розміщення Запорізької та Херсонської областей пояснюється тим, що

Таблиця 3. Загальні показники, що характеризують ресурсний потенціал галузі туризму в Україні в середньому за 2014–2018 роки

Показники	Кластери							
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8
Кількість внутрішнього туристичного прибуття в розрахунку на 1000 населення кластеру, осіб	266,2	152,5	108,9	104,3	81,2	39,1	97,4	45,2
Кількість в'їзного туристичного прибуття в розрахунку на 1000 населення кластеру, осіб	145,6	37,7	14,0	2,1	4,1	2,6	6,8	4,3
Частка в загальному обсязі прибуття, %	25,2	15,4	28,7	6,0	9,6	4,8	2,4	0,8
Середня тривалість перебування, од.	2,1	2,6	2,5	6,4	1,9	2,5	4,5	2,2
Щільність мережі автомобільних та залізничних доріг, км/км ²	-	0,40	0,34	0,24	0,34	0,40	0,22	0,47
Кількість аеропортів міжнародного та місцевого призначення, од.	1	2	6	2	4	2	1	1
Кількість національних пам'яток, од.	447	978	611	85	501	792	42	351
Викиди забруднюючих речовин у атмосферне повітря, тис. т	29,2	328,1	799,8	187,1	211,3	77,7	13,1	25,1

Джерело: розраховано та складено за даними [5–7].

вони вважаються всеукраїнською здравницею. На відміну від Києву, ці послуги не всесезонні, а розраховані на теплу пору року.

Достатньо висока чисельність гостей сконцентрована в традиційно культурологічних— та бізнес-центрах України: Львівської, Івано-Франківської, Одеської, Дніпропетровської, Харківської, Київської, Хмельницької областях. Невисокий рівень гостинності в містах центральної та північної України, як-от: Суми, Житомир, Чернігів, Черкаси та особливо Полтава. Провальними з точки зору туризму та гостинності є великі регіони західної та північної частини країни: Тернопільська, Чернівецька та Кіровоградська області. Є деякі складності з візитами гостей до Вінницької, Волинської, Рівненської, Закарпатської областей.

Такий класифікатор не деталізує причини географічного розсіювання внутрішнього і в'їзного туризму. Життя кожного окремого регіону визначають певні ресурсні властивості, що формують регіональні чинники-мотиватори розвитку туризму. Проаналізуємо ресурсні засади розвитку туризму в усіх 8 кластерах. Регіони інших двох кластерів — Донецька та Луганська області до аналізу ресурсної характеристики туристичної галузі включені не були, оскільки фактично про розвиток внутрішнього туризму у найближчий час, через військовий конфлікт на їх території, мови не може бути.

Основні параметри ресурсоемності туризму в різних кластерах України наведено в таблиці 3.

Дані таблиці 3 дають можливість для обговорення проблеми у просторовому аспекті, що також демонструє наявність ресурсної диспропорції туристичної галузі в регіонах. За останні п'ять років найбільш ефективні результати туристичної діяльності за наявних ресурсів мали регіони перших трьох кластерів. У середньому на рік вони концентрують у своїх дестинаціях майже 70% усього внутрішнього та в'їзного туристичного потоку країни, мають найвищі показники кількості прибуття в розрахунку на 1000 осіб населення кластеру. Згідно з даними статистики туризму України, більше 50% внутрішніх та в'їзних туристів перших трьох кластерів мають за мету бізнес подорожі. Отже, бізнес-туризм — важливий сегмент ринку з точки зору стратегії збільшення як в'їзного, так і внутрішнього туризму. Ці кластери мають розвинуті фактори конкурентоспроможності подорожей з діловими та професійними цілями, на фоні чого активно користується попитом виставковий туризм, інфо— та інтенсив-тури, продаж та просування, освітній туризм.

Високий рівень доходу на душу населення, розвинена транспортна та логістична інфраструктура, розвиненість підприємництва та промисловості — все це фактори, що визначають привабливість великих міст регіонів перших

трьох кластерів для бізнес туризму. Загально відомий факт, що ділова активність кипить у Києві, Львові, Одесі, Дніпрі та Харкові. За даними Transparency International [6] найбільш сприятливими містом для бізнесу в 2018 році визнано Івано-Франківськ. Регіональний рейтинг Doing Business щодо розвитку в бізнес-центрах електронних сервісів виділяє Дніпро та Хмельницький [7].

Враховуючи зосередженість у перших трьох кластерах великої кількості національних пам'яток, з яких лише 6 — це об'єкти світової спадщини ЮНЕСКО ("Київський Софійський собор", "Києво-Печерська лавра", "Церква Спаса на Берестові", "Ансамбль історичного центру Львова", "Дуга Струве", "Букові праліси Карпат", "Дерев'яні церкви карпатського регіону України"), майже 85% внутрішніх та в'їзних туристів користуються екскурсійними послугами. Як демонструють дані таблиці 3, для України екскурсійно-пізнавальний туризм — реальний напрямок залучення масового туриста з усіх регіонів України та закордонних країн.

Саме в регіонах перших трьох кластерів даний вид туризму орієнтований на максимальне охоплення аудиторії за рахунок залучення туристів з паралельно функціонуючих туристичних ніш: ділового, медичного та навіть паломницького. Характерною рисою цього виду туризму та його можливих різновидів є мобільність туристів, які за короткий проміжок часу (від 2,1 до 2,6 од.) прагнуть побачити максимальну кількість національних об'єктів. На жаль, основними центрами даного виду туризму вже протягом багатьох років залишаються Київ, Львів, Івано-Франківськ, Яремче, Кам'янець-Подільський, Одеса, Дніпро та Харків. Інші міста та регіони, маючи також велику кількість національних пам'яток, демонструють слабкий туристичний потік (кластери №5, №6 та №8). Причиною цьому є проблеми з транспортною логістикою. Так дістатися у міста західної України зі східної дуже проблематично. Наприклад, до мальовничих Чернівців прямого рейсу немає, доїхати до міста це велика проблема. На подорож необхідно буде витратити майже дві доби з обов'язковими залізничними пересадками. Майже однаковий період тривалості перебування в кластерах та часу подолання відстані до них формує у туриста альтернативні варіанти подорожі в інші кластери. Саме тому, навіть за умов природного та екологічного потенціалу цих кластерів, залучити достатню кількість туристів до подорожей в регіони виключно природною та культурною компонентами на сьогодні дуже складно. Як ре-

зультат — низький рівень прибуття туристів у кластери №5, 6 та 8.

Доля кластерів пляжного туризму (№4 та №7) становить лише 8,4% внутрішнього потоку на рік. Враховуючи те, що ця частка туризму була сформована не за повний рік, а лише за літній сезон, то загальний результат такої галузі в кластері чітко демонструє, що такий вид туризму необхідний в Україні та активно користується попитом.

Навіть за умов конкуренції з більш розвинутих пляжним регіоном — Одеською областю, Запорізька та Херсонська області (кластер №4) мають велику популярність. Курорти м. Бердянськ, смт. Кирилівка та Приморськ, м. Генічеськ, м. Скадовськ, м. Залізний порт та поселення Арабатської стрілки значно підвищили кількість прибуття та вартість відпочинку після окупації Кримського півостріву. Курорти Миколаївської області (кластер №7) мають значно менший попит, лише 2,4% від загального внутрішнього туристичного потоку. Хоча й у цих кластерах у 2018 році відпочило біля 3 млн осіб, на інші напрямки, такі як Карпати, Чорнобиль та Прип'ять (кластери №2, №3) — збільшилася кількість туристів на 20%. Причина цьому — невідповідність туристичної послуги в аспекті "ціна-якість", що зумовлює пошук альтернатив відпочинку та зростання кількості у кластерах неорганізованих туристів. До курортних регіонів прямують туристи за самостійним маршрутом, чому активно сприяє розвиток сезонного приватного малого бізнесу, що пропонує дуже диференційовані продукти ночівлі, які формують тіньовий ринок туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

У статті висвітлено сучасний стан та інфраструктурного сфери туризму в Україні. Проаналізовано динаміку внутрішнього туризму протягом останніх років. Сформульовано основні фактори, які впливають на характер туристичного потоку, а саме: ціна туристичного продукту, кількість населення, розмір доходів населення, курс національної валюти, кількість туроператорів, кількість туристичних об'єктів, кількість колективних засобів розміщення. Зазначається, що внутрішній туристичний потік генерує витрати туристів і відповідно доходи виробників туристичних продуктів та послуг.

У статті проаналізовано характер взаємозв'язку попитом на готельні місця та сукупністю ендогенних і екзогенних факторів. Доведено пряму залежність кількості перебування внутрішніх туристів у колек-

тивних засобах розміщування від ВВП на душу населення, а також загальним обсягом туристичних послуг. З метою зменшення концентрації наявних параметрів та встановлення структурного взаємозв'язку було проведено кластерний аналіз регіонів за адміністративною та природно-кліматичною ознаками.

Аналіз дав можливість виявити 10 кластерів, встановлено, що лише регіони чотирьох кластерів мають достатньо високий рівень розвитку сфери внутрішнього туризму: 1-й кластер — м. Київ, 2-й — Львівська та Івано-Франківська області, 3-й — Одеська, Дніпропетровська, Харківська, Київська, Хмельницька області, 4-й — Запорізька та Херсонська області.

Література:

1. Світовий атлас даних. URL: <https://knoema.ru/atlas/Весь мир/Туризм> (дата звернення 02.02.2020).
2. World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/publication/unwto-world-tourism-barometer-and-statistical-annex-may-2019> (дата звернення 02.02.2020).
3. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата звернення 02.02.2020).
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <http://reports.weforum.org/ttcr> (дата звернення 02.02.2020).
5. Туризм. Кількість засобів розміщення 2018 рік. URL: https://vuzlit.ru/378030/rozvitok_gotel'nogo_gospodarstva_ukrayini (дата звернення 02.02.2020).
6. Названі міста України, де краще всего займаються бізнесом. URL: <https://www.buro247.ua/lifestyle/ukraine-best-cities-for-business.html> (дата звернення 02.02.2020).
7. Регіональний рейтинг Doing Business 2018: BRDO оцінює легкість ведення бізнесу в українських містах. URL: <http://eu4business.eu/uk/events/regionalnyy-reyting-doing-business-2018-brdo-ocinyuye-legkist-vedennya-biznesu-v-ukrayinskyh> (дата звернення 02.02.2020).
8. Забуранна Л.В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Економіка АПК. 2011. № 6. С. 178—183.
9. Кальченко С.В., Демко В.С. Стратегічні напрямки розвитку туристичної галузі в Запорізькій області. Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). 2019. № 1. С. 121—128.
10. Квартальнов В.А. Туризм. Учебник. М.: Финансы и статистика. 2002. 320 с.
11. Малік М.Й., Мамчур В.А. Самозайнятність та розвиток несільськогосподарського підприємництва на селі. Економіка АПК. 2019. № 4. С. 39.
12. Пугач Н. А. Інформаційно-консультатійне забезпечення розвитку сільського туризму. Економіка АПК. 2014. № 9. С. 86.

References:

1. Knoema (2020), "World Data Atlas", available at: <https://knoema.ru/atlas/Весь мир/Туризм> (Accessed 2 February 2020).
 2. UNWTO (2019), "World Tourism Barometer", available at: <https://www.unwto.org/publication/unwto-world-tourism-barometer-and-statistical-annex-may-2019> (Accessed 2 February 2020).
 3. UNWTO (2019), "UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition", available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (Accessed 2 February 2020).
 4. UNWTO (2019), "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019", available at: <http://reports.weforum.org/ttcr> (Accessed 2 February 2020).
 5. Official site of the Zaporozhye State Statistics Service (2019), "Tourism. Number of accommodation units 2018", available at: https://vuzlit.ru/378030/rozvitok_gotel'nogo_gospodarstva_ukrayini (Accessed 2 February 2020).
 6. Buro (2019), "The cities of Ukraine are named, where it is best to do business", available at: <https://www.buro247.ua/lifestyle/ukraine-best-cities-for-business.html> (Accessed 2 February 2020).
 7. EU4Business (2019), "Doing Business Regional Ranking 2018: BRDO assesses ease of doing business in Ukrainian cities", available at: <http://eu4business.eu/uk/events/regionalnyy-reyting-doing-business-2018-brdo-ocinyuye-legkist-vedennya-biznesu-v-ukrayinskyh> (Accessed 2 February 2020).
 8. Zaburanna, L.V. (2011), "Foreign experience in the development of rural green tourism", *APK economy*, vol. 6, pp. 178—183.
 9. Kal'chenko, S.V. and Demko, V.S. (2019), "Strategic directions of tourism industry development in Zaporizhzhya region", *Proceedings of the TDATU (Economic Sciences)*, vol. 1, pp. 121—128.
 10. Kvartal'nov, V.A. (2002), *Turizm [Tourism], Finance and statistic*, Moscow, Russia.
 11. Malik, M.I. and Mamchur, V.A. (2019), "Self-employment and development of non-agricultural entrepreneurship in rural areas". *APK economy*, vol. 4, pp. 39—46.
 12. Pugach, N.A. (2014), "Information and consulting support for the development of rural tourism", *APK economy*, vol. 9, pp. 86—91.
- Стаття надійшла до редакції 11.04.2020 р.*