

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Досліджено результати діяльності туристичних підприємств України на основі аналізу абсолютних та розрахованих середніх показників; визначено основні тенденції розподілу підприємств за регіонами та ефективності їх роботи.

Ключові слова: туристичний комплекс регіону, статистичне спостереження, внутрішній туризм, туристичне підприємство, метод середніх величин.

TONKOSHKUR M.V.

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

BASIC TENDENCIES OF TOURISM MARKET FUNCTIONING IN REGIONS OF UKRAINE

Providing of effective policy in functioning and development of regional tourism complexes must be accompanied by the researches of objective and high-quality statistical data, which allows clearly to make understandable the place of tourism in the economy of region or country and to define the basic directions which need correction and additional activation in the context of steady development. In the same time, the system of getting the statistical information of tourism branch in Ukraine is in permanent development, as requires adaptations to the world standards, which in turn are also corrected by leading world tourism and economic organizations depending on progress of tourism trends. An analysis of functioning of regional tourism complexes is the important stage for determination of prospect them further development. There are many actual indexes, use and the analysis of which helps to determine basic progress, dependence trends and others like that. However for high-quality research there is a necessity to use other methods and approaches and, first of all, analysis of statistical relative indexes, which will give possibility to define efficiency of tourism enterprises activity in region comparing to analogical establishments of other regions. Conducted by an author prove that influence of tourism enterprises on efficiency of regional tourism complexes functioning is minimal. The main part of tourism enterprises in their work gives advantage to outbound tourism. An analysis witnessed also, that there are a row of human factors which not only negatively influence on final indexes, but also the real results of activity are distorted a certain measure. Thus determination of necessity in improvement of the system of statistical supervision and obtaining the information, especially in the context of research the internal tourism trends is perspective direction of further researches, which will be realized in creation of model of integral estimation in functioning of regional tourism complexes.

Keywords: regional tourism complex, statistical supervision, internal tourism, tourism companies, method of averages.

Вступ. Забезпечення ефективної політики функціонування та розвитку регіональних туристичних комплексів має супроводжуватися дослідженням об'єктивних та якісних статистичних даних, обробка яких дозволяє чітко зрозуміти місце туризму в економіці регіону або країни в цілому та визначити основні напрями, які потребують корегування й додаткової активізації в контексті сталого розвитку. У той же час, сама система збору статистичної інформації туристичної спрямованості в Україні знаходиться у постійному розвитку, оскільки потребує адаптації до загальносвітових стандартів, які, у свою чергу, також коригуються провідними світовими туристичними та економічними організаціями в залежності від тенденцій розвитку туризму.

Постановка завдання. Питання аналізу ефективності функціонування регіонального туристичного комплексу є певною мірою суперечливим поняттям, адже не існує єдиної уніфікованої методики, згідно якої такий аналіз має здійснюватися. Над цим питанням працюють як світові організації, такі як ООН, ЮНВТО, ОЕСР, вітчизняні державні органи, так і окремі дослідники. Серед вітчизняних вчених особливої уваги заслуговують роботи О. Любіцевої [2], Т. Ткаченко [3], Л. Шульгіної [4], М. Бойко [5], В. Герасименко [6], Ю. Швець [7], І. Андренко [8], серед іноземних варто звернути увагу на дослідження L. Dwyer [9], І. Барчукова [10], М. Валієва [11], О. Карлової [12].

Метою даною статті є визначення нормативно-законодавчих основ статистичного спостереження в Україні, та за допомогою аналізу абсолютних та відносних показників, що характеризують результати роботи туристичних підприємств України, визначити загальні тенденції та особливості функціонування регіональних туристичних комплексів.

Результати. Одним із таких суттєвих кроків у вітчизняній статистичній системі стало затвердження у 2011 році та подальше впровадження Методологічних положень зі статистики туризму, що, в свою чергу, внесло певні корективи у методику збору та обробки інформації.

Відповідно до Методологічних положень державні статистичні спостереження здійснюються по таких напрямках:

1. Діяльність організаторів туризму: туроператорів, турагентів, екскурсійних бюро, як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців, передбачає подання один раз на рік статистичної звітності за формою № 1-туризм «Звіт про туристичну діяльність». Метою такого спостереження є збір, розробка, систематизація, узагальнення та оприлюднення даних з питань діяльності туроператорів та турагентів.

2. Діяльність колективних засобів розміщування оформлюється підприємствами та фізичними особами-підприємцями один раз на рік за формою статистичної звітності № 1-КЗР «Звіт про діяльність колективного засобу розміщування». Мета спостереження – збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних щодо діяльності готелів та аналогічних засобів розміщування, спеціалізованих засобів розміщування. Варто відзначити, що тривалий час в Україні збір такої інформації відбувався окремо для закладів розміщення (готелів, мотелів тощо) та санаторно-курортних підприємств. На даний момент усі колективні заклади розміщення подають звіти за однаковою формою, при цьому під час подання статистичної інформації розрізняють наступні типи закладів розміщення: готелі та аналогічні засоби розміщення та спеціалізовані засоби розміщення

3. Діяльність дитячих закладів оздоровлення та відпочинку передбачає державне статистичне спостереження за формою № 1-от «Звіт дитячого закладу оздоровлення та відпочинку», яка складається один раз на рік. Мета спостереження – збір, обробка, узагальнення та поширення даних щодо діяльності дитячих закладів оздоровлення, кількості оздоровлених у них дітей.

Аналіз функціонування регіональних туристичних комплексів є важливим етапом для визначення перспективи їх подальшого розвитку. Існує багато фактичних показників, використання та аналіз яких допомагає визначити основні тенденції розвитку, залежності тощо. Оскільки галузі туризму як окремого економічного напрямку в Україні не виділено, збір первісної інформації здійснюється різними державними установами, а їх подальша систематизація та обробка – Державною службою статистики України [1].

Оскільки підприємства організатори туризму розглядаються у переважній кількості науковців як суттєва складова туристичного потенціалу регіону, проведемо аналіз результатів їх діяльності в цілому та по регіонах України за 2016 рік.

Варто зазначити, що статистична інформація, що наведена Державним комітетом статистики України представлена за трьома групами підприємств: туроператори, турагенти – юридичні особи, турагенти – фізичні особи-підприємці [1]. На думку автора використання такої градації може внести плутанину, тому нами були систематизовані та об'єднані статистичні дані. Показниками, що будуть використані під час аналізу, визначимо:

- кількість турпідприємств в цілому;
- кількість путівок, що продано в межах України;
- кількість обслугованих внутрішніх туристів;
- вартість наданих туристичних послуг внутрішнім туристам;
- кількість туроднів, наданих туристам в межах України.

Таблиця 1

Сумарні показники діяльності туристичних підприємств України за 2016 рік

Область (регіон)	Кількість турпідприємств, од	Кількість путівок, од.	Кількість туристів, осіб	Кількість туроднів, од.	Вартість путівок, тис. грн.
Вінницька	65	13994	27485	160006	239906,1
Волинська	60	21716	26526	124941	133899,3
Дніпропетровська	322	36952	57770	496703	779939,8
Донецька	33	6996	10874	72808	97982,1
Житомирська	54	5729	8615	60170	66790,5
Закарпатська	62	5484	11601	80990	78511,7
Запорізька	154	27915	40376	335967	378130
Івано-Франківська	93	75880	79973	442036	352059,8
Київська	116	11965	25008	168223	303066
Кіровоградська	43	7756	8854	61501	68647,5
Луганська	19	1409	1896	12457	21122,8
Львівська	231	189875	181827	1771481	877438,2
Миколаївська	65	5949	9023	59772	125507,9
Одеська	252	48209	59077	380661	635860,6
Полтавська	85	8433	14608	107657	183552,6
Рівненська	63	5115	9022	66383	87068,3
Сумська	56	6933	8819	63460	89999,7
Тернопільська	52	3933	7536	47836	52494,2
Харківська	251	25083	40429	338366	548270
Херсонська	66	11826	16584	87999	149835,5
Хмельницька	80	13846	19885	94510	122682,7
Черкаська	82	6733	11684	73293	125101,9
Чернівецька	66	8895	19415	141196	159866,9

Область (регіон)	Кількість турпідприємств, од.	Кількість путівок, од.	Кількість туристів, осіб	Кількість туроднів, од.	Вартість путівок, тис. грн.
Чернігівська	51	5735	11698	89833	118895,9
м. Київ	934	1055641	1841021	11667499	21624916
Разом	3355	1612002	2549606	17005748	27421546

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Аналізуючи дані табл. 1, в першу чергу, варто зазначити нерівномірний розподіл показників за регіонами. Частка турфірм, що розташовані у Києві складає 28% від загальної кількості (934 із 3355). Але при цьому ними було обслуговано 1,841 млн туристів при загальній кількості 2,549 млн осіб, що складає 72% усіх туристів, частка отриманих доходів від реалізації туристичних путівок сягнула майже 79%. Такі високі показники мають як об'єктивне, так і суб'єктивне пояснення. На думку автора, до об'єктивних причин слід віднести:

- Київ – це найбільше за розміром та населенням місто;
- загальний рівень доходів в Києві вищий ніж у регіонах;
- у Києві розташовані два аеропорти, у тому числі найбільший в Україні аеропорт «Бориспіль», що дозволяє туроператорам активно будувати на їх базі власні чартерні програми.

Серед суб'єктивних пояснень необхідно визначити:

- переважна кількість ключових туроператорів юридично зареєстровані у Києві, але здійснюють свою діяльність у тому числі у регіональних центрах через свої філії, які, у свою чергу, оформлені як структурні підрозділи і відповідно результати їх діяльності підсумовуються і подаються у спільному звіті з центральним офісом за місцем юридичної реєстрації, тобто у Києві;

- велика кількість туроператорів, що мають регіональне походження на даний момент також юридично перереєстровані у Києві: фактично у столиці зареєстровано 335 туроператорів із 552, що складає майже 62%;

- наявність «сірого» та «чорного» ринку туристичних послуг, які більш активно представлені саме у регіонах України: зазвичай це механізм неофіційного продажу турпутівок турагентами, який дозволяє здійснювати платежі частками та від імені туристів і фактично реєструється як «прямий» продаж туроператором, що, в свою чергу, відбивається на регіональних статистичних показниках.

Розглядаючи інші регіони, можна визначити, що найбільша після м. Києва кількість турпідприємств здійснюють свою діяльність у Дніпропетровській області – 322 од.; Одеській – 252 од., Харківській – 251 од. та Львівській – 231 од. Найменша кількість зареєстровані у Донецькій та Луганській областях – 33 од. та 19 од. відповідно. Щодо кількості туристів, то друге місце після Києва посідає Львівська область з показником майже у 182 тис. обслугованих туристів, на третьому місці Івано-Франківська область – майже 80 тис. туристів. За показниками доходів, отриманих від продажу путівок серед лідерів також треба відзначити Львівську область – 877,4 млн грн, Дніпропетровську – 779,9 млн грн, Одеську – 635,9 млн грн, Харківську – 548,3 млн грн, Запорізьку – 378,1 млн грн та Івано-Франківську – 352,1 млн грн.

Але зазначені показники характеризують діяльність турпідприємств щодо обслуговування усіх категорій туристів, як виїзних, так і внутрішніх (табл. 2). Саме остання категорія і є тим сегментом, вивчення якої є найбільш актуальним в контексті дослідження регіонального туристичного комплексу.

Як свідчать дані таблиць 1 та 2, організатори туризму на сьогоднішній день фактично працюють на виїзний туризм. В середньому по Україні лише 19,7% від загальної кількості проданих путівок – це тури в межах країни, аналогічний показник з кількості туристів складає 17,8% і лише 4,4% доходів від проданих турів – це доходи від внутрішнього туризму.

Таблиця 2

Сумарні показники результатів діяльності туристичних підприємств з обслуговування внутрішніх туристів за 2016 рік

Область (регіон)	Кількість турпідприємств, од.	Кількість путівок, од.	Кількість туристів, осіб	Кількість туроднів, од.	Вартість путівок, тис. грн.
Вінницька	65	5930	9935	34823	10087,1
Волинська	60	5758	6594	30562	6544,1
Дніпропетровська	322	6352	7776	62056	32734,7
Донецька	33	499	1931	4264	2533,5
Житомирська	54	2519	3514	22719	6290,9
Закарпатська	62	928	3594	5814	1217
Запорізька	154	13715	16691	137474	51015,3
Івано-Франківська	93	65731	68912	335352	248389,6
Київська	116	1480	2439	11339	5447,1

Область (регіон)	Кількість турпідприємств, од.	Кількість путівок, од.	Кількість туристів, осіб	Кількість туроднів, од.	Вартість путівок, тис. грн.
Кіровоградська	43	5143	3413	32112	1586,5
Луганська	19	207	82	2001	1103
Львівська	231	89436	98580	977837	196680,8
Миколаївська	65	552	654	3971	3319,8
Одеська	252	18580	21231	65308	44120,3
Полтавська	85	737	825	5739	2702,1
Рівненська	63	407	1450	4902	2888,7
Сумська	56	1828	2641	13109	11813,8
Тернопільська	52	1102	1935	3884	794,6
Харківська	251	5712	6712	47191	18843,8
Херсонська	66	5892	6494	38727	13917,1
Хмельницька	80	4934	5727	20285	7885,2
Черкаська	82	975	1669	7133	2991,4
Чернівецька	66	906	3099	11564,4	5815,5
Чернігівська	51	1293	1513	14881	6983,4
м. Київ	934	76990	176150	446195	521790,4
Разом	3355	317606	453561	2339242	1207496

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

На рисунках 1, 2, 3 наведена питома вага внутрішнього туризму у діяльності туристичних підприємств України.

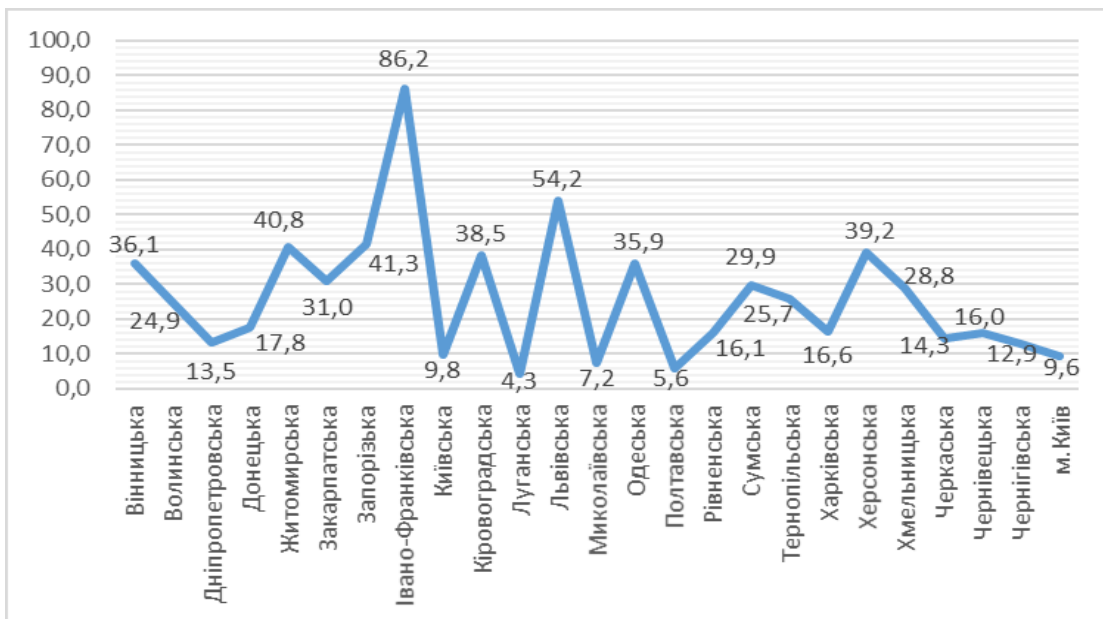


Рис. 1. Частка внутрішніх туристів в структурі обслугованих турпідприємствами туристів за 2016 рік

Як видно із рис. 1 в структурі туристичних потоків по регіонах частка внутрішнього туризму розподілена нерівномірна. Фактично у структурі загального туристичного потоку майже в усіх областях частка внутрішнього туризму менше 50%, перевищують цю межу лише показники Івано-Франківської – 86,2% та Львівської – 54,2%. В діапазоні від 25 до 50% знаходяться такі регіони, як Запорізька область – 41,3%; Житомирська – 40,8%; Херсонська – 39,2%; Кіровоградська – 38,5%; Вінницька 36,1%; Одеська – 35,9%; Закарпатська – 31%; Сумська 29,9%; Черкаська – 28,8%; Тернопільська – 25,7%; Волинська 24,9%. Найнижчі показники в Київській області – 9,8%; м. Київ – 9,6%, а також в Миколаївській, Полтавській та Луганській областях – 7,2%; 5,6% та 4,3% відповідно.

В той же час, саме турфірмами м. Київ було продано найбільшу кількість турпутівок в межах України – 76990 путівок, а кількість туристів за цим показником склало 176150 осіб, частка в структурі дорівнює 38,84% від загальної кількості внутрішніх туристів. Питома вага кількості внутрішніх туристів, що обслуговані турфірмами Львівської області склала 21,73%; Івано-Франківської – 15,19%; Одеської – 4,68%; Запорізької – 3,68%; Вінницької – 2,19%. По решті регіонів цей показник зафіксований на рівні менше 2%.

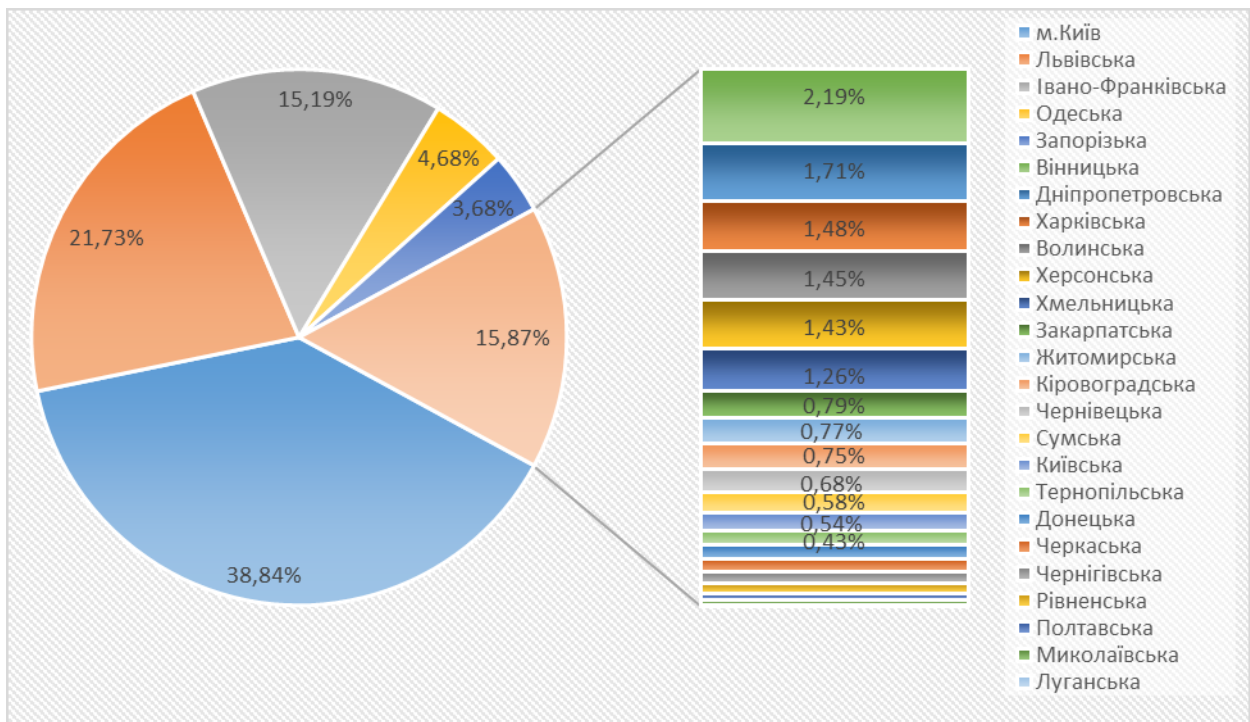


Рис. 2. Розподіл кількості обслужованих внутрішніх туристів за турпідприємствами регіонів

Окрім кількості обслужованих туристів важливим для аналізу є показник вартості турпутівок. В цілому в Україні за 2016 рік усіма турпідприємствами реалізовано 1,612 млн путівок на загальну суму 27,422 млрд грн, при цьому кількість обслужованих туристів склала 2,550 млн осіб. Потрібно зауважити, що при цьому частка вартості путівок, проданих в межах України є вкрай низька: 317,6 тис. путівок було продано за 1,207 млрд грн, що склало лише 4,4% від загального показника.

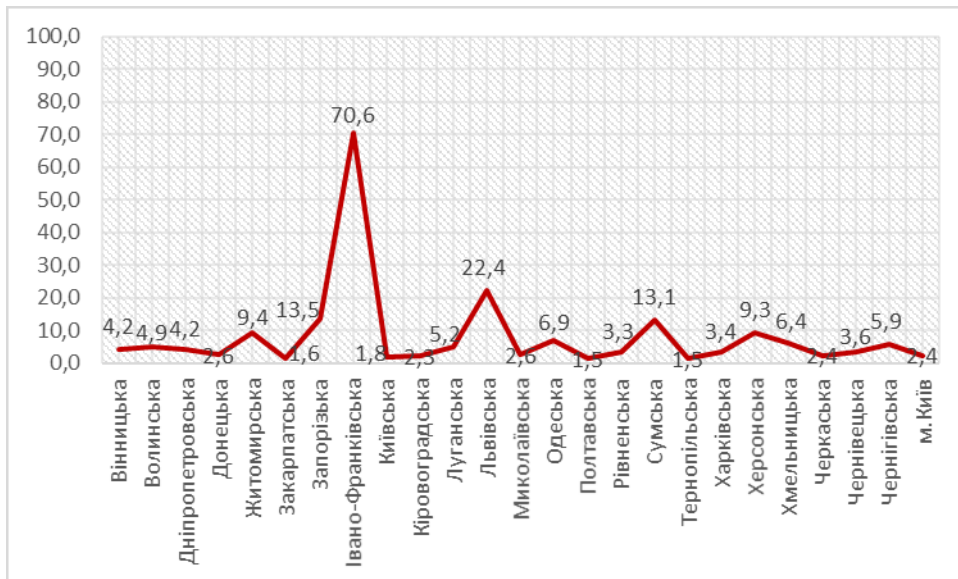


Рис. 3. Частка доходів від реалізації путівок внутрішнім туристам в структурі загальних доходів від реалізації путівок за 2016 рік

Найбільша частка вартості путівок, проданих внутрішнім туристам у 2016 році зафіксована на турпідприємствах Івано-Франківської – 70,6%; Львівської – 22,4%; Запорізької – 13,5% та Сумської областей – 13,1%. В інших областях цей показник склав менше 10%.

Визначена тенденція є доволі небезпечним явищем, яке негативно впливає на стабільне функціонування регіональних туристичних комплексів, але в той же час має своє пояснення:

- зазвичай у туристів, що купують тури закордон, більшим попитом користуються пакетні тури, тобто такі, які включають в себе транспортні послуги (для масових напрямів, це переважно авіаційний транспорт), розміщення (закордонні пляжні готелі до вартості розміщення включають також і харчування та певні додаткові послуги), страхування, трансфер; в той же час, тури, що пропонуються в межах України

головним чином включають в себе розміщення, а транспортні послуги оплачуються додатково, що зменшує вартість путівки;

- в Україні спостерігається великий відсоток «прямого бронювання» туристами готелів та інших закладів розміщення, у тому числі через системи он-лайн бронювання; в такому випадку туристи взагалі не користуються послугами турфірм як посередників;

- пакетні тури, що пропонуються туроператорами в межах України, зазвичай знаходяться у сегменті економ-класу;

- виїзні тури мають прив'язку до іноземної валюти, тому із зростанням курсу зростає їх вартість у національній валюті.

Варто зазначити, що проведений аналіз абсолютних показників є поверхневим, адже завдяки ньому неможливо зрозуміти економічну сутність явищ, їх значимість для регіональної економіки тощо. Тому, на думку автора, для якісного дослідження існує необхідність використовувати інші методи та підходи і, в першу чергу, аналіз середньостатистичних відносних показників, який надасть можливість визначити ефективність роботи туристичних підприємств регіону у порівнянні з аналогічними закладами інших регіонів.

Для туристичного ринку пропонується виділити наступні відносні показники:

- середня кількість обслугованих турфірмою туристів:

$$\bar{t} = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{\sum_{i=1}^n N_i}, \quad (1)$$

де t_i – кількість туристів, що були обслуговані в i -му регіоні;

N_i – кількість турпідприємств, розташованих в i -му регіоні;

n – кількість регіонів

- середня вартість туру:

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{\sum_{i=1}^n v_i}, \quad (2)$$

де P_i – загальна вартість путівок, що були продані в i -му регіоні;

v_i – кількість путівок, проданих в i -му регіоні;

n – кількість регіонів

- середня тривалість туру:

$$\bar{d} = \frac{\sum_{i=1}^n d_i}{\sum_{i=1}^n t_i}, \quad (3)$$

де d_i – кількість туроднів, наданих туристам при продажі путівок в i -му регіоні;

t_i – кількість туристів, що були обслуговані в i -му регіоні;

n – кількість регіонів

- середня вартість туродня:

$$\bar{p} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{\sum_{i=1}^n d_i}, \quad (4)$$

де P_i – загальна вартість путівок, що були продані в i -му регіоні;

d_i – кількість туроднів, наданих туристам при продажі путівок в i -му регіоні;

n – кількість регіонів.

Отримані в результаті розрахунків показники занесені до табл. 3.

Аналізуючи результати розрахунків можна дійти висновку, що навіть при порівнянні середніх показників, розбіжності між регіонами дуже суттєві. Так, найбільш ефективно за показником кількості обслугованих туристів в межах України працюють турфірми Івано-Франківської (741 чол.), Львівської (427 чол.), Вінницької (153 чол.) областей та м. Київ (189 чол.) із розрахунку на одну турфірму. Результати діяльності турпідприємств решти регіонів нижчий за середній по Україні показник у 153 чол. Найдорожчі путівки реалізують турпідприємства Рівненської області (7097 грн) та м. Київ (6777 грн), а також Сумської (6462 грн.), Чернівецької (6419 грн), Миколаївської (6014 грн) та Чернігівської (5400 грн) областей, причому їх вартість не завжди залежить від тривалості подорожі чи вартості туродня.

Автор приєднується до думки О. Карлової про те, що для покращення функціонування туристичних підприємств в регіонах України потрібно макромоделювання інноваційної програми їх розвитку, аби реалізувати принцип координації, узгодження та збалансованого планування всіх компонент процесу. В іншому випадку ефективність функціонування туристичного комплексу регіону виявиться недостатньою [12].

Середні показники роботи туристичних підприємств по регіонах за 2016 рік

Область (регіон)	середня тривалість однієї подорожі, дів	середня кількість туристів, що обслуговувались однією турфірмою, чол.	середня вартість путівки, грн.	середня вартість 1 туродня, грн.
Вінницька	5,9	153	1701,0	289,7
Волинська	5,3	110	1136,5	214,1
Дніпропетровська	9,8	24	5153,4	527,5
Донецька	8,5	59	5077,2	594,2
Житомирська	9,0	65	2497,4	276,9
Закарпатська	6,3	58	1311,4	209,3
Запорізька	10,0	108	3719,7	371,1
Івано-Франківська	5,1	741	3778,9	740,7
Київська	7,7	21	3680,5	480,4
Кіровоградська	6,2	79	308,5	49,4
Луганська	9,7	4	5328,5	551,2
Львівська	10,9	427	2199,1	201,1
Миколаївська	7,2	10	6014,1	836,0
Одеська	3,5	84	2374,6	675,6
Полтавська	7,8	10	3666,4	470,8
Рівненська	12,0	23	7097,5	589,3
Сумська	7,2	47	6462,7	901,2
Тернопільська	3,5	37	721,1	204,6
Харківська	8,3	27	3299,0	399,3
Херсонська	6,6	98	2362,0	359,4
Хмельницька	4,1	72	1598,1	388,7
Черкаська	7,3	20	3068,1	419,4
Чернівецька	12,8	47	6418,9	502,9
Чернігівська	11,5	30	5400,9	469,3
м. Київ	5,8	189	6777,4	1169,4
Разом	7,4	135	3801,9	516,2

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Висновки. Проведені автором дослідження свідчать, що вплив турпідприємств на ефективність функціонування регіональних туристичних комплексів мінімальний. Так, переважна кількість турфірм у своїй роботі віддає перевагу виїзному туризму. Серед регіонів, в яких внутрішньому туризму приділяється порівняно більше уваги, варто визначити Івано-Франківську, Львівську, Запорізьку, Сумську та Одеську області і місто Київ. Крім того, аналіз, проведений в роботі, засвідчив, що існує низка суб'єктивних факторів, які не тільки негативно впливають на остаточні показники, а й певній мірі спотворюють реальні результати діяльності. Отже, визначення необхідності удосконалення системи статистичного спостереження та збору інформації, особливо в контексті дослідження тенденцій розвитку внутрішнього туризму, є перспективним напрямком подальших досліджень, що реалізується в створенні моделі інтегральної оцінки функціонування регіональних туристичних комплексів.

Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – [3-є вид., перероб. та доп.]. – К. : Альтпрес, 2006. – 436 с.
3. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
4. Шульгіна Л.М. Маркетинг. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л.М. Шульгіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 596 с.
5. Бойко М.Г. Методологічні засади дослідження соціально-економічної цінності туризму [Електронний ресурс] / М.Г. Бойко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 7. – С. 208–215. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_7_39
6. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименка ; авт. кол. : В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2013. – 335 с.

7. Швець Ю. Методологические проблемы исследования и регионального управления конкурентоспособностью туристических услуг / Ю.И. Швець ; под. ред. Я. Б. Олийныка. – К. : ВГЛ Обрії, 2005. – 240 с.
8. Андренко І.Б. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації туристського підприємства / І.Б. Андренко // Комунальне господарство міст : науково-технічний збірник ХНАМГ. Серія: Економічні науки. – Харків, 2008. – Вип. 83. – С. 359–368.
9. Dwyer L. Destination competitiveness: determinants and indicators / L. Dwyer, C. Kim // Current issues in tourism. – 2003. – V. 6. – № 5. – P. 369–414.
10. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме : учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков. – М. : Академия, 2008. – 224 с.
11. Валиев М.Ш. Анализ и оценка инфраструктурного развития внутреннего регионального туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/317/image/317-165.pdf>
12. Карлова О.А. Визначення ступеню підготовленості та елементів стратегії управління міського комплексу до інноваційних змін / О.А. Карлова // «Науковий вісник БДФЕУ. Економічні науки». – 2014. – 27. – С. 383–391.

References

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Liubitseva O.O. Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty) [3-ye vyd., pererob. ta dop.] / O.O. Liubitseva. – K.: Altpres, 2006. – 436 s.
3. Tkachenko T. I. Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu : monohrafiia / T. I. Tkachenko. — K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2006. — 537 s.
4. Shulhina L. M. Marketynh. Marketynh pidpriemstv turystychnoho biznesu : monohrafiia / L. M. Shulhina. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2005. – 596 s.
5. Boiko M. H. Metodolohichni zasady doslidzhennia sotsialno-ekonomichnoi tsinnosti turyzmu / M. H. Boiko // Biznes Inform. – 2013. – 7. – S. 208–215. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_7_39
6. Rynky turystychnykh posluh : stan i tendentsii rozvytku : monohrafiia / za zah. red. profesora V. H. Herasymenka ; avt. kol. : V. H. Herasymenko, S. S. Halasiuk, S. H. Nezdoiminov [ta in.]. – Odesa : Astroprynt, 2013. – 335 s.
7. Shvets Yu. Metodolohicheskye problemy yssledovaniya y rehyonalnoho upravleniya konkurentosposobnosti turisticheskikh usluh / Yu. Y. Shvets; pod. red. Ya. B. Olyinyka. — K. : VHL Obrii, 2005. — 240 s.
8. Andrenko I. B. Analiz obsiahu propozytzii i realizatsii turistyskoho pidpriemstva / I. B. Andrenko // komunalne hospodarstvo mist : naukovo-tekhnichnyi zbirnyk KhNAMH. Vyp. 83. Serii: Ekonomichni nauky. – Kharkiv, 2008. – S. 359-368.
9. Dwyer L. Destination competitiveness: determinants and indicators / L. Dwyer, C. Kim // Current issues in tourism. – 2003. – V. 6. – № 5. – P. 369 – 414.
10. Barchukov Y.S. Metody nauchnykh yssledovaniy v turyzme: uchebnoe posobyie dlia vuzov / Y.S. Barchukov. – M.: Akademyia, 2008. – 224 s.
11. Valyev M. Sh. Analiz y otsenka ynfrastrukturnoho razvytyia vnutrenneho rehionalnoho turyzma. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/317/image/317-165.pdf>
12. Karlova O.A. Vyznachennia stupeniu pidhotovlenosti ta elementiv stratehii upravlinnia miskoho kompleksu do innovatsiinykh zmin «Naukovyi visnyk BDFEU. Ekonomichni nauky» (27) 2014. – S. 383–391.

Рецензія/Peer review : 16.11.2017

Надрукована/Printed :20.12.2017

Рецензент: прорецензовано редакційною колегією