РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.48

Нещадим Л.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва
Тимчук С.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Інноваційні методи економічного аналізу діяльності туристичних підприємств в Україні. У статті запропоновано застосування інноваційних методів економічного аналізу діяльності туристичних підприємств. Основні дані проаналізовано за допомогою бізнес-аналітичної платформи Deductor. У процесі дослідження база даних була розбита на групи для спрощення роботи з даними. Після групування були застосовані інші методи і для кожної зі сформованих груп побудована окрема модель. У результаті обробки даних програмою Deductor було побудовано п'ять кластерів.

Ключові слова: туризм, кластер, підприємство, прибуток, туристична діяльність.

Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Инновационные методы экономического анализа деятельности туристических предприятий в Украине. В статье предложено использование инновационных методов экономического анализа деятельности туристических предприятий. Основные данные были проанализированы с помощью бизнес-аналитической платформы Deductor. В процессе исследования база данных была разбита на группы для упрощения работы с данными. После группирования были применены другие методы и для каждой из сформированных групп построена отдельная модель. В результате обработки данных программой Deductor было построено пять кластеров.

Ключевые слова: туризм, кластер, предприятие, прибыль, туристическая деятельность.

Neshchadym L.M., Tumchyk S.V. Innovative methods of economic analysis of tourism enterprises in Ukraine. The article proposes the application of innovative methods of economic analysis of the activity of tourist enterprises of Ukraine. Key data was analyzed using the Deductor Business Analytic Platform. In the process of research, the database was divided into groups, to facilitate data work. After grouping, other methods were used and a separate model was built for each of the formed groups. As a result of data processing, the Deductor program built five clusters.

Key words: tourism, cluster, enterprise, profit, tourism activity.

Постановка проблеми. Міжнародні економічні тенденції розвитку туризму в сучасних умовах вимагають використання інноваційних методів аналізу господарської діяльності та формування нових економічних умов економічних відносин. Одним із найбільш перспективних напрямів інноваційного економічного розвитку України зарубіжні та вітчизняні експерти відзначають кластерний підхід до структурування економіки, вивчення стратегій національної та регіональної економічної політики та підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг. Упровадження європейської стратегії соціально-економічного розвитку України спрямоване на створення конкурентних переваг країни в усіх сферах економічної діяльності, включаючи туристичну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості формування та розвитку туристичних груп досліджено такими вченими, як М. Войнаренко, Д. Стеченко, А. Крайник, М. Заверчич, Д. Бугаліс, А. Крайнович.

Формулювання цілей статті. Розвиток кластерів як тенденція підвищення національної та регіональної конкурентоспроможності є одним із складників сучасної інноваційної економіки. Світова практика показує, що кластеризація має вирішальний вплив на процес зміцнення конкурентоспроможності та прискорення інновацій.

Виклад основного матеріалу. Одним із найважливіших завдань соціально-економічного розвитку України є пошук шляхів підвищення ефективності туризму, що формує добробут усіх показників. Одним зі шляхів ефективної організації туризму та отримання конкурентних переваг на ринку є групування територіальних та галузевих асоціацій.

Добровільне територіальне та галузеве об'єднання підприємств формується для здійснення узгодженої фінансової та економічної діяльності, в якому співпрацюють усі члени кластеру. Метою групування є забезпечення економічного розвитку та конкурентоспроможності продукції або послуг своїм учасникам на ринках. Туристичний кластер – це система інтенсивного виробництва та інформаційної співпраці туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту [1].

Для реалізації кластерної моделі в туристичній індустрії повинні бути такі елементи: виробник туристичних послуг; достатній розвиток спеціалістів транспортної та комунальної інфраструктури відповідної системи кваліфікаційного управління; туристичні ресурси; природні ресурси; біосоціальні ресурси; історичні та архітектурні ресурси; техногенні ресурси; ресурси події; освітні, культурні та дослідницькі установи [3].

Проаналізовано статистичні дані діяльності суб'єктів туристичної діяльності за 2016 р. в розрізі областей України. Для проведення аналізу та побудови кластерів використано показники кількості суб'єктів туристичної діяльності та в розрахунку на одне туристичне підприємство: дохід від надання туристичних послуг, сума комісійних, агентських та інших винагород, операційні витрати, витрати на послуги сторонніх організацій [2].

Кластеризація, або так звана сегментація, являє собою виділення з вибраної множини даних груп об'єктів зі схожими властивостями й є першим кроком під час аналізу даних. Розбиття на групи дає змогу спростити роботу з даними, після кластеризації застосовуються інші методи і для кожної зі сформованих груп будується окрема модель. Результати проведеної кластеризації за введеними групами показників діяльності туристичних підприємств у розрізі областей України наведено на рисунку. Для проведення дослідження таблиці збережено у форматі *.txt та імпортовано в бізнес-аналітичну платформу Deductor. Призначення стовпчиків таблиці для аналізу було таким: Україна – інформаційне поле, решта – вхідні поля. Кількість кластерів вибиралася вручну, рівною п'яти, тому що за автоматичного вибору числа кластерів отримано результати з числом кластерів, які були рівними 30 і навіть більшими.

Переваги використання карти Кохонена полягає у такому: дає змогу зручно візуалізувати розміщення об'єктів, які мають багато характеристик; принцип побудови карти Кохонена зручний та відповідає звичайній рельєфній географічній карті. Даний обробник дає змогу відшукати закономірності у великих обсягах даних (рис. 1).

Слід зауважити, що під час кластеризації, як правило, будується за кожним атрибутом, зокрема карта Кохонена + декілька загальних карт. Важливо зрозуміти, що на кожній із карт кожен об'єкт має одне й те ж положення (точку), однак різний колір (рис. 2).

Оскільки процес кластеризації є суб'єктивним і результати її залежать від вихідних даних, процес оцінки якості проведеної кластеризації залежить від поставлених цілей. Під час кластеризації областей України на п'ять кластерів отримуються стабільні та відтворювані результати. У цьому дослідженні карти Кохонена, які приведені на рис. 1, можуть використовуватися для більш точної та зваженої оцінки результатів кластеризації основних показників діяльності туристичних показників у розрізі областей України.

Візуальний вигляд профілів побудованих кластерів розглянемо на рис. 2.

У результаті обробки даних програмою «Дедуктор» побудовано п'ять кластерів. До першого кластеру увійшли Житомирська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Чернігівська області, до другого – Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська та Хмельницька області, до третього – Донецька, Київська, Кіровоградська, Херсонська, до четвертого – Тернопільська, Харківська, Чернівецька, до п'ятого – Вінницька, Рівненська та Черкаська.

На рис. 3 представлено профілі кластерів, які дають можливість оцінити вплив кожного з показників усередині кластера по показнику «Значимість». Причому менші значення відповідають меншому впливу показника. Таким чином, під час аналізу профілів кластерів можна вибрати най-

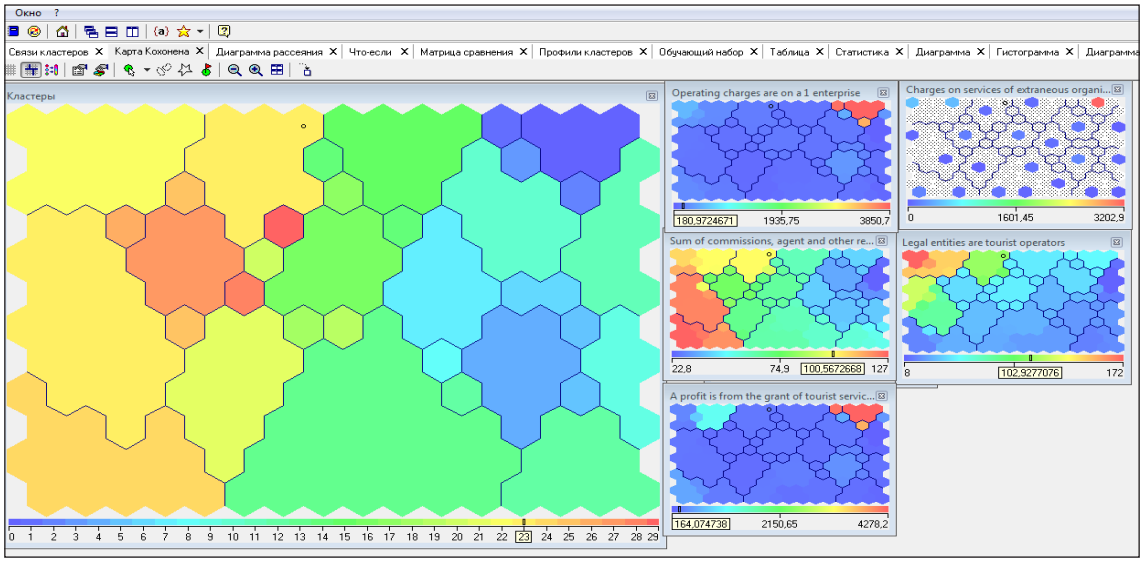
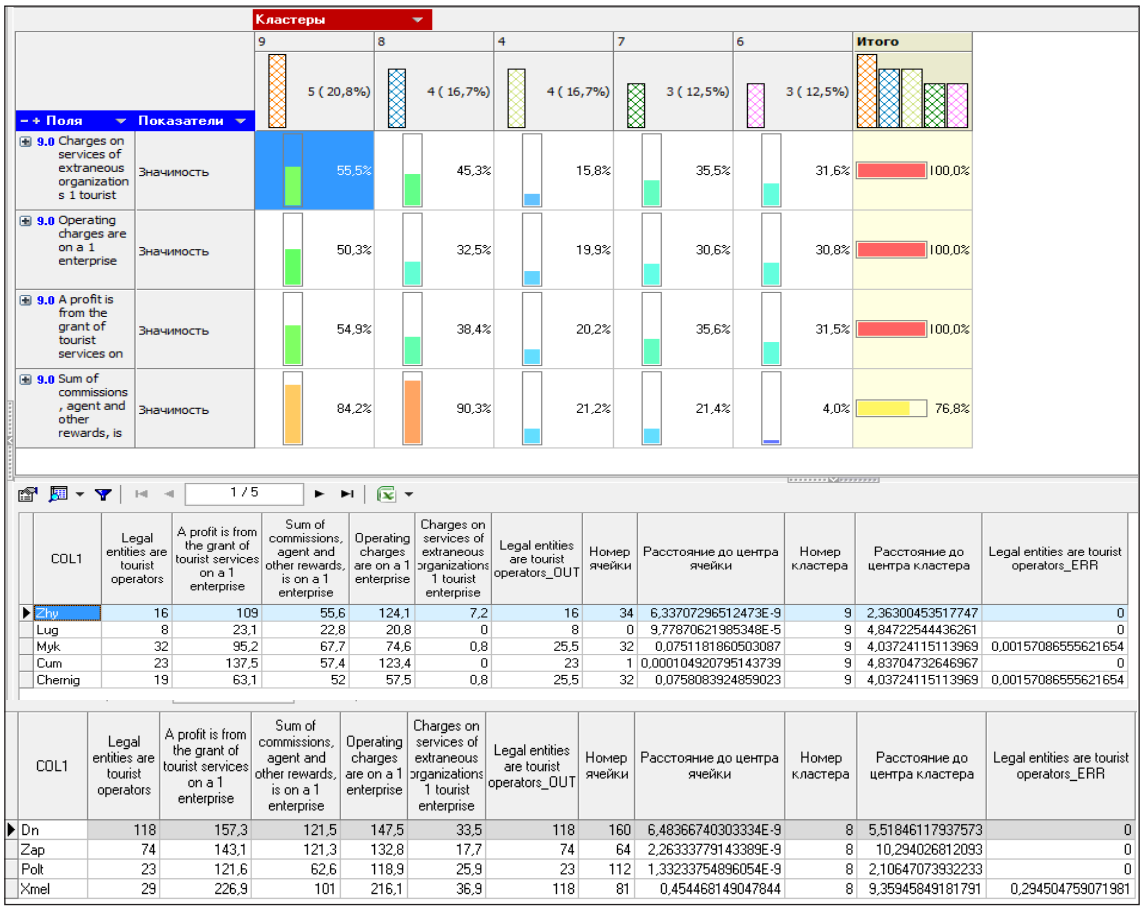


Рис. 1. Карти Кохонена



COL1	Legal entities are tourist operators	A profit is from the grant of tourist services on a 1 enterprise	Sum of commissions, agent and other rewards, is on a 1 enterprise	Operating charges are on a 1 enterprise	Charges on services of extraneous organizations 1 tourist enterprise	Legal entities are tourist operators_OUT	Номер ячейки	Расстояние до центра ячейки	Номер кластера	Расстояние до центра кластера	Legal entities are tourist operators_ERR
Zhy	16	109	55,6	124,1	7,2	16	34	6,33707296512473E-9	9	2,36300453517747	0
Lug	8	23,1	22,8	20,8	0	8	0	9,77870621985348E-5	9	4,84722544436261	0
Myk	32	95,2	67,7	74,6	0,8	25,5	32	0,0751181860503087	9	4,03724115113969	0,00157086555621654
Cum	23	137,5	57,4	123,4	0	23	1	0,00010492079514373 9	9	4,83704732646967	0
Chernig	19	63,1	52	57,5	0,8	25,5	32	0,0758083924859023	9	4,03724115113969	0,00157086555621654

COL1	Legal entities are tourist operators	A profit is from the grant of tourist services on a 1 enterprise	Sum of commissions, agent and other rewards, is on a 1 enterprise	Operating charges are on a 1 enterprise	Charges on services of extraneous organizations 1 tourist enterprise	Legal entities are tourist operators_OUT	Номер ячейки	Расстояние до центра ячейки	Номер кластера	Расстояние до центра кластера	Legal entities are tourist operators_ERR
Dn	118	157,3	121,5	147,5	33,5	118	160	6,48366740303334E-9	8	5,51846117937573	0
Zap	74	143,1	121,3	132,8	17,7	74	64	2,26333779143389E-9	8	10,294026812093	0
Polt	23	121,6	62,6	118,9	25,9	23	112	1,33233754896054E-9	8	2,10647073932233	0
Xmel	29	226,9	101	216,1	36,9	118	81	0,454468149047844	8	9,35945849181791	0,294504759071981

Рис. 2. Візуальний вигляд «профілів кластерів»
за основними показниками діяльності туристичних підприємств України

більш оптимальний розподіл регіонів у кластерах.

Візуальний вигляд зв'язків побудованих кластерів та їх силу наведено на рис. 3.

Карту Кохонена і кластеризацію алгоритмом k-means із бізнес-аналітичної платформи Deductor можна застосовувати для кластеризації областей України за основними показниками роботи туристичних підприємств. Під час кластеризації на два та три кластери розподіл регіонів у кластерах не залежить від алгоритму кластеризації. Під час клас-

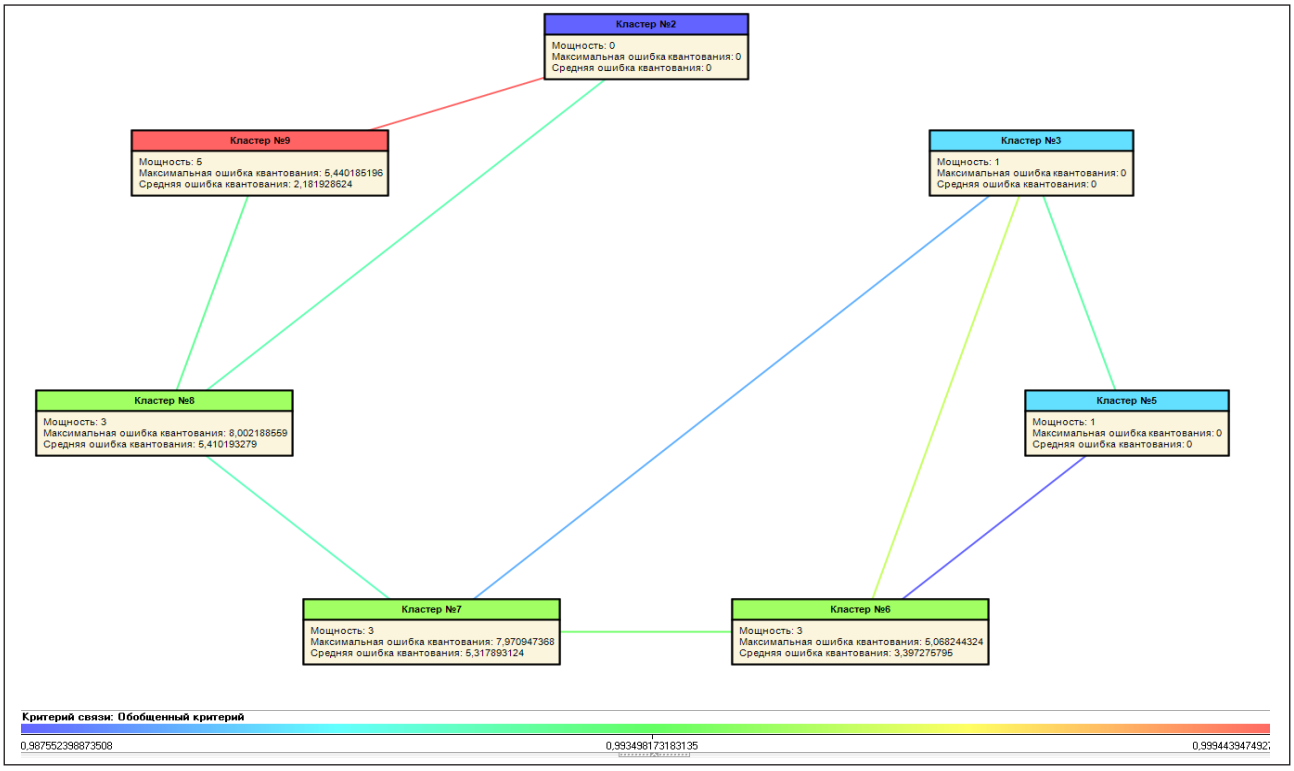


Рис. 3. Візуалізація зв'язків побудованих кластерів

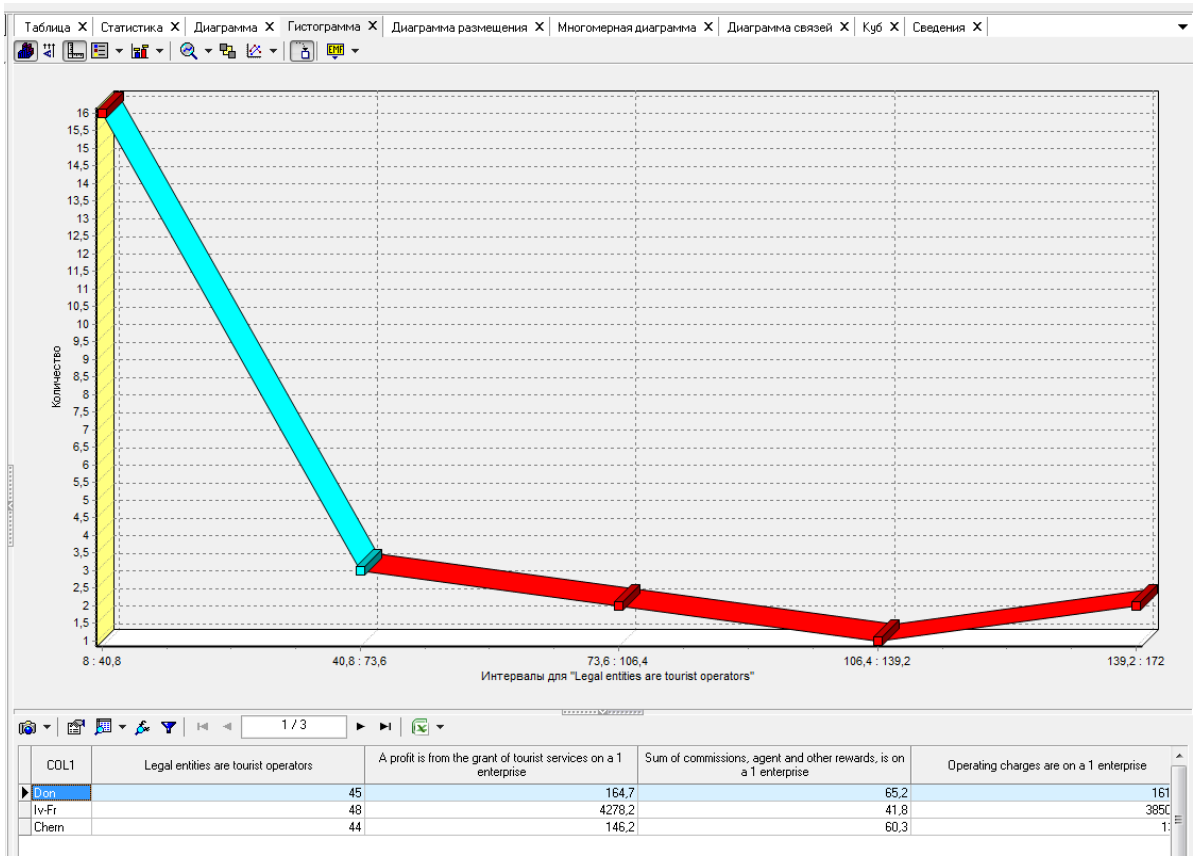


Рис. 4. Гістограма групування областей України за кількістю туристичних підприємств

теризації на п'ять кластерів результати розподілу регіонів у кластерах залежать від алгоритму кластеризації та вибору даних. У цьому разі запропоновано для прийняття рішення про віднесення того чи іншого регіону до відповідного кластера скористатися обробником «профілі кластерів» (рис. 4).

Гістограма дає змогу наочно побачити розподіл показників на найбільші групи. Візуалізація оцінки розподілення даних у відсотках до загальної кількості даних указує на формування п'яти основних груп.

За рівнем доходу від надання туристичних послуг (без ПДА, акцизів та аналогічних обов'язкових платежів) сформовано три групи. До першої (91,67%) увійшли туристичні підприємства Вінницької, Волинської, Донецької, Житомирської, Закарпатської, Запорізької, Київської, Кіровоградської, Луганської, Миколаївської, Одеської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Тернопільської, Харківської, Херсонської, Хмельницької, Черкаської, Чернівецької та Чернігівської областей. До другої групи (4,17%) – Львівська, до п'ятої (4,17%) – Івано-Франківська області.

За рівнем операційних витрат сформовано дві групи. Найменша становить 4,17% (Івано-Франківська область), до першої найбільшої – решта областей, 95,83%. За рівнем витрат на послуги сторонніх організацій також сформовано дві групи: найменша (4,17%) – Івано-Франківська, найбільша (95,83%) – решта областей.

Висновки. Основними перевагами кластерного моделювання туризму як інноваційного методу економічного аналізу діяльності туристичних підприємств є: підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності спільних заходів, об'єднаних у туристичний кластер, відносно відокремлено від діяльності; зменшення витрат на обслуговування через розподіл туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення конкуруючих постачальників та споживачів туристичних послуг, співробітництво в галузі розвитку, контрактна спеціалізація; стимулювання інноваційного розвитку, доступ до інновацій шляхом збільшення потоку ідей та інформації між компаніями; формування місцевої галузі ринку праці.

Список використаних джерел:

1. Українські кластери [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikhresursiv/klasteri-vodnogo-turizmu-ta-sanatorno-rekreacijjnogo-vidpochinku.

2. Войнаренко М.П. Механізми кластерних моделей адаптації до політичних і економічних реалій України / М.П. Войнаренко // Міжнародний і вітчизняний досвід впровадження нових виробничих систем (кластерів) для областей економічного розвитку. – К. : Асоціація економістів України, 2001. – С. 25–33.

3. Стеченко Д.М. Наукове та інформаційне забезпечення створення регіональних кластерів курорту і відпочинку / Д.М. Стеченко // Матеріали наук. практ. конф. «Інформаційні технології в управлінні туристичного та курортно-рекреаційного господарства». – Бердянськ : Бердянський видавничий центр, 2006. – С. 10–15.

4. Світовий та національний досвід у формуванні інноваційних кластерів: IV Національний форум із питань регіонального розвитку «Стратегії регіонів в умовах глобалізації: український і зарубіжний досвід». – Київ, 2008.

5. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.old.niss.gov.ua; www.tourlib.gov.ua.

6. Заверич М.М. Бізнес аналітична платформа як інструмент для кластеризації регіонів України / М.М. Заверич / Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 3. – Т. 3. – С. 57–62.

7. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future / D. Buhalis// Tourism Management. – 2000. – Vol. 21. – str. 97–116.

8. Krajnović A., Čičin-Šain D., Predovan M. Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice / A. Krajnović // Oeconomica Jadertina Vol. – 2011. – str. 30–45.

9. Michael E.J. Micro-Clusters and Networks: The Growth of Tourism / E. Michael // Advances in Tourism Research Series. – 2007.

10. Hall D., Mitchell, M. and Roberts, L. Tourism and the Countryside: Dynamic Relationship / D. Hall // New Directions in Rural Tourism, Aldershot, -–2005. – P. 3–18.