

УДК 338.48 (477)

JEL classification: L14, L83, O10, O18

Ганна ДУТКА

доктор педагогічних наук, професор,
проректор з навчально-методичної та
виховної роботи,
Львівський інститут економіки і туризму,
Україна

E-mail: dutkaanna@ukr.net

Ольга САВІЦЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту та
комерційної діяльності,
Львівський інститут економіки і туризму,
Україна

E-mail: Sawicka@bigmir.net

https://orcid.org/0000-0002-6311-406X

Наталія САВІЦЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки та
інвестиційної діяльності,
Львівський інститут економіки і туризму,
Україна

E-mail: Sawicka@bigmir.net

© Ганна Дутка,
Ольга Савіцька,
Наталія Савіцька, 2019

Отримано: 01.03.2019 р.
Прорецензовано: 10.03.2019 р.
Рекомендовано до друку: 27.03.2019 р.
Опубліковано: 29.03.2019 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Ганна Дутка (Україна)
Ольга Савіцька (Україна)
Наталія Савіцька (Україна)

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Анотація

Вступ. Велике значення для розвитку туризму має використання кластерної моделі. Саме кластерні утворення ефективно забезпечують можливість економічного розвитку регіону та країни загалом і підвищують конкурентоспроможність кінцевого продукту, виробничої діяльності підприємств, що входять до кластерів на ринку. Незважаючи на здійснення заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності окремих секторів економіки України та її регіонів на основі кластерної моделі, кількість діючих кластерів в Україні залишається незначною. Особливо це стосується туристичної галузі, що є перспективною в цьому плані, тому вивчення можливостей і досвіду запровадження кластерної моделі є актуальними.

Мета – групування регіонів України за показниками діяльності юридичних осіб та фізичних осіб підприємців – суб'єктів туристичної діяльності за допомогою кластерного аналізу, що дасть змогу ідентифікувати привабливі регіони та дозволить розробити оптимальні заходи із розвитку туризму для певного регіону з урахуванням його особливостей.

Метод (методологія). У статті використано наступні загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, порівняння, індукції та дедукції, а також метод статистичного аналізу – кластерний аналіз.

Результати. У статті обґрунтовано доцільність формування кластерів у сфері туристичного бізнесу, розкрито сутність дефініції «туристичний кластер». Наведено переваги функціонування туристичних підприємств у кластері. Сформовано систему показників, які характеризують рівень розвитку суб'єктів туристичної діяльності в регіоні. За результатами кластерного аналізу виокремлено чотири групи регіонів України за показниками діяльності юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності та п'ять груп – за показниками діяльності фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності в 2017 році.

Дутка Г. Я., Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Кластерний аналіз діяльності суб'єктів туристичної діяльності: регіональний аспект. *Економічний аналіз*. Тернопіль. 2019. Том 29. № 1. С. 114-125.

Ключові слова: туризм; туристичний кластер; регіон; суб'єкт туристичної діяльності; туристичний оператор; туристичний агент; кластерний аналіз

UDC 338.48 (477)

JEL classification: L14, L83, O10, O18

Anna DUTKA

Doctor of pedagogical sciences, Professor,
Vice-rector on Educational and Methodological
work,
Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine
E-mail: dutkaanna@ukr.net

Olga SAVITSKA

PhD in Economics,
Associate Professor,
Head of the Department of Management and
Business,
Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine
E-mail: Sawicka@bigmir.net
<https://orcid.org/0000-0002-6311-406X>

Natalya SAVITSKA

PhD in Economics, Associate Professor,
Department of International Economics and
Investment,
Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine
E-mail: Sawicka@bigmir.net

© Anna Dutka,
Olga Savitska,
Natalya Savitska, 2019

Received: 01.03.2019
Revised: 10.03.2019
Accepted: 27.03.2019
Online publication date: 29.03.2019



This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 license, which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Anna Dutka (Ukraine)
Olga Savitska (Ukraine)
Natalya Savitska (Ukraine)

CLUSTER ANALYSIS OF ACTIVITY OF TOURISM ACTIVITY SUBJECTS: REGIONAL ASPECTS

Abstract

Introduction. The use of a cluster model is of great importance for the development of tourism. It is precisely the cluster education that effectively provides the opportunity for economic development of the region and the country as a whole. It also increases the competitiveness of the final product, the production activity of enterprises that are a part of clusters in the market. The number of operating clusters in Ukraine remains insignificant despite the implementation of measures, which aim to increase the competitiveness of certain sectors of the economy of Ukraine and its regions on the basis of a cluster model. This is especially true of the tourist industry, which is promising in this regard. Therefore, the study of the possibilities and experience of introducing a cluster model is relevant.

Purpose. The article aims to group regions of Ukraine according to the indicators of activity of legal entities and individuals of entrepreneurs; subjects of tourist activity with the help of cluster analysis, which will enable to identify attractive regions and will allow to develop optimal measures for tourism development for a certain region, taking into account its features.

Method (methodology). In the article, the following general scientific methods have been used: method of analysis, method of synthesis, method of comparison, induction and deduction method, as well as the method of statistical analysis - cluster analysis.

Results. The article substantiates the expediency of forming clusters in the field of tourism business. The essence of the definition of "tourist cluster" has been revealed. The advantages of the operation of tourist enterprises in the cluster have been presented. A system of indicators has been formed. It characterizes the level of development of subjects of tourist activity in the region. According to the results of cluster analysis, four groups of regions of Ukraine have been distinguished according to the indicators of activity of legal entities - subjects of tourist activity and five groups - according to indicators of activity of individuals-entrepreneurs - subjects of tourist activity in 2017.

Dutka, A., Savitska, O., Savitska, N. (2019). Cluster analysis of activity of tourism activity subjects: regional aspects. *Economic analysis*, 29 (1), 114-125.

Keywords: tourism; tourist cluster; region; tourist activity subject; tourist operator; travel agent; cluster analysis

Вступ

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту [1]. Враховуючи, що кожен регіон України характеризується своїми природно-кліматичними умовами, етнічними традиціями та історико-культурними особливостями, постає проблема якісного аналізу та оцінювання рівня розвитку діяльності суб'єктів туристичної діяльності у регіональному розрізі, що дозволить врахувати вимоги щодо

www.econa.org.ua

застосування ефективних та оптимальних форм господарювання з метою збереження та покращення туристичної привабливості території з урахуванням її географічних та соціально-економічних умов функціонування й розвитку. Велике значення для розвитку туризму має використання кластерної моделі. Саме кластерні утворення ефективно забезпечують можливість економічного розвитку регіону та країни загалом і підвищують конкурентоспроможність кінцевого продукту, виробничої діяльності підприємств, що входять до кластерів на ринку. Незважаючи на здійснення заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності окремих секторів економіки України та її регіонів на основі кластерної моделі, кількість діючих кластерів в Україні залишається незначною. Особливо це стосується туристичної галузі, що є перспективною в цьому плані, тому вивчення можливостей і досвіду запровадження кластерної моделі є актуальними. Дослідження особливостей функціонування кластерних утворень відображено в працях вітчизняних та зарубіжних вчених: І. Бочана [2], М. Войнаренка [3], М. Портера [4], Н. Андрусяка [7], О. Коля О.[8], Ю. Ніколаєва [9], Д. Стеценка [10], Ткаченка Т. [11], Ю. Ульяновченка [12] та інших, які досліджували теоретичні підходи до формування кластерів, проблеми організації та

управління кластерами, визначення ефективності їх діяльності. Враховуючи актуальність дослідження, низка аспектів цієї проблеми потребує додаткових досліджень, особливо питання, пов'язані з розробкою перспектив формування туристичних кластерних утворень на території України в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження

У сучасних умовах успіх діяльності туристичних підприємств забезпечується шляхом упровадження інновацій у сфері надання туристичних послуг. Це вимагає від підприємств туристичної індустрії застосування креативного підходу конкурентної поведінки. Креативний підхід до забезпечення конкурентоспроможності полягає у створенні і впровадженні управлінських, технологічних і організаційних нововведень, які в сукупності надаватимуть переваги над конкурентами [5].

Мережа суб'єктів туристичної діяльності України – юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – у 2017 р. становила 3469 одиниць, що на 37 одиниць менше, ніж у 2016 р. У структурі мережі за типами суб'єктів туристичної діяльності найбільш численною категорією є турагенти – 80,8 % від загальної кількості суб'єктів (табл. 1).

Таблиця 1. Суб'єкти туристичної діяльності

Суб'єкти туристичної діяльності	2016 р.				2017 р.			
	Усього	У тому числі			Усього	У тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Юридичні особи								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1838	552	1222	64	1743	498	1172	73
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8545	4926	3448	171	8190	4638	3348	204
Фізичні особи-підприємці								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1668	–	1581	87	1726	–	1630	96
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	1867	–	1776	91	2101	–	2018	83
Разом юридичні особи і фізичні особи-підприємці								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	3506	552	2803	151	3469	498	2802	169
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	10412	4926	5224	262	10291	4638	5366	287

*За даними [6].

Ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та розвитку регіонів є створення туристичних кластерів. Кластер є сучасною організаційною формою, що сприяє кооперації, стратегічно узгодженій діяльності підприємств і організацій, переходу на інноваційних шлях розвитку економіки і зростання міжнародної конкурентоспроможності. Кластерний розвиток як чинник активізації регіонального економічного розвитку є характерною ознакою сучасного стану управління економічними процесами в адміністративно-територіальних утвореннях. Кластерна стратегія надає регіону значні переваги та можливості для бізнесу, влади та закладів вищої освіти спільно працювати над зміцненням регіональної економіки [7]. Кластер створюється з метою економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіону.

Туристичний кластер (з англ. cluster – «гроно», «група», «скупчення») – це концентрація на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристичного продукту. Відповідно до визначення, в основі якого лежить підхід професора М. Портера, кластер – це група близьких, географічно взаємозалежних компаній і пов'язаних з ними організацій, які спільно діють у певному виді бізнесу, характеризуються спільністю напрямків діяльності й взаємодоповнюють один одного [4].

Науковцями подається багато різних тлумачень поняття «кластер», аналіз яких дає можливість зробити висновок про багатоаспектність даного поняття. У таблиці 2 наведено погляди різних фахівців на визначення дефініції «туристичний кластер».

Узагальнення існуючих підходів дозволило виробити власний підхід до трактування дефініції «туристичний кластер». На нашу думку, туристичний кластер – це добровільне об'єднання зацікавлених у спільній діяльності, взаємопов'язаних підприємств туристичної індустрії: туристичних операторів, туристичних агентів, підприємств готельного та ресторанного господарств, розважальних, торговельних, спортивно-рекреаційних, транспортних, страхових, екскурсійних, фінансових організацій, виробників сувенірної продукції, туристичних гідів, суб'єктів індустрії відпочинку та розваг, івент-агенцій, науково-дослідних та закладів вищої освіти, представників бізнесу, держави, органів місцевої влади, які співпрацюють на засадах стратегічного партнерства та посилюють конкурентні переваги з метою досягнення максимального господарського ефекту.

Принциповою відмінністю кластерів від інших структур інтегрованих підприємств є зв'язок з

науково-дослідними інститутами та закладами вищої освіти. Науково-освітні заклади збагачують підприємницькі фірми кластера новими ідеями, аналітичними матеріалами, і в зворотному напрямі вони отримують від бізнесу замовлення, експериментальну базу і фінансування для розвитку науково-дослідної та навчальної діяльності [2].

В основі кластеризації регіону лежить модернізаційний процес, що базується на інноваціях. Кластерні об'єднання на сьогодні є однією з найефективніших форм організації інноваційних процесів, форм регіонального розвитку, за якою на ринку конкурують вже не окремі підприємства, а цілі комплекси, які скорочують свої витрати завдяки спільній кооперації компаній. Створення кластерів дозволить об'єднати туристичні агентства, екскурсійні заклади, підприємства суміжних видів діяльності для комплексного використання природно-рекреаційного потенціалу транскордонного регіону з метою надання конкурентоспроможних рекреаційних послуг (послуги лікування, оздоровлення, відпочинку, розміщення, харчування, транспортування, розваг), диверсифікації бізнесу, кооперування з суб'єктами потенційного ринку [14]. Джерелами фінансування проектів, які створюють кластери, є: кошти місцевих бюджетів, кошти венчурних фондів, інвестиції підприємств та організацій, гранти міжнародних організацій, кошти фінансових установ – учасників кластерів [7, с. 53-54].

Ефективність туристичної діяльності формується під впливом багатьох факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які є різними у територіальному розрізі України. Кожен регіон характеризується своїм соціально-економічним рівнем розвитку, природно-ресурсним потенціалом та кліматичними умовами, культурними та історичними надбаннями і традиціями. Залежно від багатьох умов, не для всіх регіонів туризму призначено однакову пріоритетність у Стратегіях та Програмах розвитку регіону. На рівень туристичної активності у певному регіоні впливають такі фактори, як близькість кордонів Польщі, Білорусі, Словаччини, Угорщини, Румунії, Молдови, Російської Федерації, вихід до Чорного та Азовського морів. На вид туризму, який розвивається у певних регіонах, впливає досить різноманітний рельєф України – чергування низовин і височин, наявність гірських пасм Українських Карпат та Кримських гір тощо. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні формують попит на туризм у місцях їхньої найбільшої концентрації, зокрема в Києві та регіонах Західної України.

Таблиця 2. Підходи до визначення дефініції «туристичний кластер»

№ з/п	Автор	Трактування поняття
1	Андрусак Н. [8]	Галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств з науковими установами й органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону. Залежно від мети створення кластери можуть мати внутрішню орієнтацію (наприклад, спрямовані на активізацію підприємницької діяльності в галузі чи регіоні, вирішення проблем зайнятості) або експортоорієнтовану спрямованість.
2	Бочан І. [2]	Об'єднання на добровільних засадах зацікавлених у спільній діяльності суб'єктів туристичної діяльності: туристичних операторів, туристичних агентів, підприємств готельного та ресторанного господарств, розважальних, торговельних, спортивно-рекреаційних, транспортних, екскурсійних організацій, фінансових організацій, науково-дослідних та освітніх установ, органів місцевої влади, які співпрацюють на засадах стратегічного партнерства і здатні позиціювати себе як окремий суб'єкт господарювання.
3	Войнаренко М. [3]	Територіально-галузево добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють з науковими установами й органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції й економічного зростання регіону.
4	Желізняк А.	Акумуляція ресурсів, інфраструктури, сервісних компаній, знарядь та інших підтримуючих секторів, адміністративний організм, діяльність якого є інтегрованою та координованою та дозволяє надавати послуги споживачам.
5	Крайник О.	Специфічні організаційні форми, об'єднання державних, приватних, освітніх, наукових та громадських структур, що здійснюють свою діяльність у туристичній сфері та розташовані на суміжних територіях.
6	Коль О. [9]	Комплекс територіально об'єднаних та взаємопов'язаних підприємницьких структур великого міста, діяльність яких спрямована на духовність й емоційність вражень і переживань споживача туристичних послуг, тим самим підвищуючи оцінку конкурентоспроможності туристичного ринку регіону.
7	Марков Л.	Географічні концентрації підприємств однієї або декількох взаємозалежних галузей, які конкурують, але разом з тим кооперуються і мають вигоди зі специфічних місцевих активів, близького розташування та соціальної убудованості.
8	Ніколаєв Ю. [10].	Територіально об'єднані підприємницькі структури та організації в межах регіону, що прямо або опосередковано пов'язані з використанням туристично-рекреаційних ресурсів, туристичної інфраструктури, обслуговуванням туристів, провадженням популяризації туристичних послуг, перебуваючи в конкурентних відносинах між собою.
9	Портер М. [4]	Група близьких, географічно взаємозалежних компаній і пов'язаних з ними організацій, які спільно діють у певному виді бізнесу, характеризуються спільністю напрямків діяльності й взаємодоповнюють один одного.
10	Прочан А.	Одна із форм організації продуктивних сил усіх учасників даної моделі, яка передбачає створення нового туристичного продукту на основі маркетингових комунікацій у туризмі, дозволить їм успішно конкурувати на туристичних ринках різних рівнів.
11	Розенфельд С.	Концентрація фірм, які здатні здійснювати синергію через свою географічну близькість та взаємозалежність, хоча їм притаманний більш низький рівень зайнятості.
12	Стеченко Д. [11]	«Кластерний підхід у сфері туризму активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, відтак сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових, матеріальних ресурсів у забезпеченні якості виробництва й надання послуг»
13	Ткаченко Т. [12]	Практика туризму оперує наборами та комбінаціями туристично-рекреаційних послуг, формуючи комплексний пакет, який підкріплений сукупністю видів туристичної діяльності, які названо кластерами»
14	Ульянченко Ю. [13]	Система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту.
15	Ярошук М.	Територіально-галузево добровільні об'єднання підприємницьких структур, головною метою яких є підвищення конкурентоспроможності, якості продукції і сприяння економічному розвитку регіону.

*Узагальнено на основі опрацювання джерел [2-4; 8; 9-13].

Відмінність прояву туристичної активності у регіонах України зумовлює потребу у статистичному аналізі регіонального розвитку туризму, виокремлення регіонів за рівнем розвитку туристичної діяльності, що надалі може використовуватись як база для прийняття управлінських рішень щодо посилення туристичної привабливості того чи іншого регіону. Для статистичного аналізу використаємо інформацію, наведену у Статистичному збірнику «Туристична діяльність в Україні у 2017 році», для підготовки якого були використані такі форми державного статистичного спостереження № 1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність» [6]. Одним з методів групування регіонів за рівнем розвитку туристичної діяльності на основі системи показників є кластерний аналіз, який полягає у розбитті заданої вибірки об'єктів (ситуацій) на підмножини, які називаються кластерами, так, щоб кожен кластер складався зі схожих об'єктів, а об'єкти різних кластерів істотно відрізнялися [15]. Кластерний аналіз проведено за допомогою комп'ютерної програми Statistica окремо для двох груп суб'єктів туристичної діяльності – юридичних та фізичних осіб, що дозволить виявити ефективну організаційно-правову форму для ведення туристичної діяльності у регіоні.

Для проведення кластерного аналізу сформовано таку систему показників, які характеризують рівень розвитку туристичної діяльності в регіоні (табл. 3-4):

1) показники діяльності юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності:

- x_1 – суб'єкти туристичної діяльності в Україні, од.;
- x_2 – середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності, осіб;
- x_3 – дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн;
- x_4 – сума комісійних, агентських і інших винагород, тис. грн;
- x_5 – операційні витрати, тис. грн;
- x_6 – витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн;
- x_7 – кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок, од.;
- x_8 – кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок, од.;
- x_9 – вартість реалізованих туроператорами туристичних путівок, тис. грн;
- x_{10} – вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок, тис. грн;
- x_{11} – кількість туроднів за реалізованими туроператорами туристичними путівками, туроднів;

x_{12} – кількість туроднів за реалізованими населенню турагентами туристичними путівками, туроднів;

x_{13} – кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, осіб.

2) показники діяльності фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності:

- z_1 – суб'єкти туристичної діяльності в Україні, од.;
- z_2 – середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності, осіб;
- z_3 – дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн;
- z_4 – витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн;
- z_5 – кількість реалізованих турагентами туристичних путівок, од.;
- z_6 – вартість реалізованих турагентами туристичних путівок, тис. грн;
- z_7 – кількість туроднів за реалізованими турагентами туристичними путівками, туроднів;
- z_8 – кількість туристів, обслугованих турагентами, осіб.

Для побудови дендрограм, які відображають послідовне об'єднання регіонів у кластери, використано комп'ютерну програму Statistica (рис. 1-2). На вертикальній осі відкладені регіони України, а на горизонтальній – міжкластерні евклідові відстані.

Для визначення оптимальної кількості кластерів використано графік зміни відстаней за методом Уорда (рис. 3-4). На вертикальній осі відкладено міжкластерну евклідову відстань, а на горизонтальній – крок об'єднання. Оптимальна кількість кластерів визначається за формулою:

$$Q = m - n, \quad (1)$$

де m – кількість досліджуваних регіонів України ($m = 24$); n – переломний крок об'єднання у кластери.

Таким чином, оптимальна кількість кластерів діяльності юридичних осіб становить $24 - 20 = 4$, а для фізичних осіб-підприємців $24 - 19 = 5$. Отже, як показують результати кластерного аналізу, регіони України за показниками діяльності юридичних осіб-суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році доцільно поділити на чотири кластери, а за показниками діяльності фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році – на п'ять (табл. 5).

Таблиця 3. Показники діяльності юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році за регіонами України

Регіони України	Ум. позн.	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃
Україна		1743	8190	18502975,3	708966,0	14900951,3	18363278,1	1048075	294872	18234911,1	4968012,1	13841274	2909108	2403987
Вінницька	C1	27	90	15983,1	3797,4	9452,3	9363,4	4362	3971	17762,3	40489,7	25401	34261	12239
Волинська	C2	23	60	18803,3	5759,8	5171,6	9745,8	4315	1749	26154,0	32891,8	29274	25560	7502
Дніпропетровська	C3	118	307	23567,5	21370,7	19918,5	5942,3	4672	13566	56308,5	389970,8	42980	202087	29440
Донецька	C4	22	46	46028,8	3832,8	6584,4	3086,4	–	4232	–	44656,2	–	46514	6515
Житомирська	C5	14	29	2698,7	1985,8	2243,2	492,0	383	1922	654,8	29935,4	2707	15211	2596
Закарпатська	C6	31	60	10652,3	3370,6	9629,0	6474,0	1694	2675	13510,5	49265,6	21965	32329	7397
Запорізька	C7	63	190	15989,9	14710,5	12136,6	733,7	552	15431	5650,4	296394,1	5379	198583	26834
Івано-Франківська	C8	34	487	271876,8	5960,0	256878,4	197886,1	59938	3921	304244,3	70669,6	280783	37956	66309
Київська	C9	39	113	23208,2	10332,6	18966,4	7750,2	289	9061	12493,6	240900,5	3425	96306	19739
Кіровоградська	C10	12	28	3605,4	2134,0	2780,8	–	–	1040	–	25364,2	–	10980	2412
Луганська	C11	7	11	962,4	529,7	566,6	–	–	813	–	7271,7	–	6667	887
Львівська	C12	159	677	380990,5	44121,1	159392,0	280035,2	148386	28643	561549,0	368113,0	1059561	302351	122485
Миколаївська	C13	23	48	3938,9	2665,9	4007,5	126,4	677	3934	14746,4	95046,4	7101	34319	6686
Одеська	C14	140	528	154253,5	35593,1	128788,4	77843,0	21983	18710	91944,3	443629,7	118482	180514	48201
Полтавська	C15	17	34	3758,4	1678,8	3735,4	304,3	–	2205	–	64954,3	–	28841	3560
Рівненська	C16	26	45	8036,3	3105,2	7611,2	4088,5	529	2525	8378,0	60541,5	9958	34360	4851
Сумська	C17	19	40	4645,6	4617,2	4335,1	–	1764	1848	14752,2	41692,9	13721	20152	5244
Тернопільська	C18	17	36	4184,8	1939,5	2677,2	563,9	1369	1045	1811,2	18815,0	9435	15208	3638
Харківська	C19	84	248	34596,6	13482,9	35027,6	19099,9	893	12883	46643,6	256373,9	19406	136969	21091
Херсонська	C20	14	47	30558,2	2099,1	8852,5	4836,4	3005	1218	7650,4	22260,9	21494	10990	4824
Хмельницька	C21	26	82	6760,2	4500,6	6812,0	2990,3	–	6644	–	64615,8	–	45900	7564
Черкаська	C22	24	54	5670,1	2480,9	6262,1	5195,3	868	1130	11295,8	31031,1	13552	13959	3807
Чернівецька	C23	38	111	40390,9	4052,6	18216,5	12076,8	393	5041	8484,6	99995,6	5586	103347	13556
Чернігівська	C24	15	31	2025,2	2024,1	1951,1	–	63	2279	1645,8	64333,8	1324	39275	4806

* Систематизовано на основі [6].

Таблиця 4. Показники діяльності фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році за регіонами України

Регіони України	Ум. позн.	Z ₁	Z ₂	Z ₃	Z ₄	Z ₅	Z ₆	Z ₇	Z ₈
Україна		1726	2101	519654,3	28286,4	225998	4513014,5	2927350	402439
Вінницька	C_1	42	82	19828,0	128,2	11376	533227,5	235846	26395
Волинська	C_2	43	50	7127,8	1863,4	5364	89585,2	65809	9545
Дніпропетровська	C_3	207	269	42703,5	2232,9	26220	641804,0	372360	46086
Донецька	C_4	20	27	28781,8	2662,3	1578	28781,8	14483	2716
Житомирська	C_5	33	33	4142,8	15,5	4397	61650,3	48256	6920
Закарпатська	C_6	32	38	6049,0	664,6	2437	61710,9	46549	7255
Запорізька	C_7	97	87	17143,1	732,7	12069	189886,2	184507	20841
Івано-Франківська	C_8	71	95	10159,0	659,9	3205	72802,0	38031	7000
Київська	C_9	77	95	15329,7	176,0	7366	203604,4	133458	17244
Кіровоградська	C_10	31	28	6116,4	4837,5	3932	50178,6	27968	6024
Луганська	C_11	10	11	1841,2	1389,4	1200	27881,0	14000	1938
Львівська	C_12	123	125	32155,1	–	36157	382472,0	412681	52665
Миколаївська	C_13	40	14	5417,9	218,8	2780	60586,4	36074	5119
Одеська	C_14	124	202	21123,0	2571,6	14922	268149,5	154567	24101
Полтавська	C_15	76	100	9657,5	439,6	8803	207345,6	110347	15472
Рівненська	C_16	34	46	6528,6	592,0	3440	61405,1	39955	6317
Сумська	C_17	39	12	3720,5	–	3371	72806,1	38162	5941
Тернопільська	C_18	28	36	4621,9	–	2398	55519,6	79138	5920
Харківська	C_19	179	168	31904,4	952,0	18053	422361,0	275484	30838
Херсонська	C_20	53	76	167153,7	–	8742	166976,1	87857	15454
Хмельницька	C_21	64	77	6958,0	4261,3	10099	76353,3	63674	19265
Черкаська	C_22	68	95	10357,0	523,6	9895	193569,8	95373	17146
Чернівецька	C_23	27	53	12502,8	1088,6	4895	75790,5	56083	6785
Чернігівська	C_24	36	57	5990,9	–	4827	109231,7	87363	11168

*Систематизовано на основі [6].

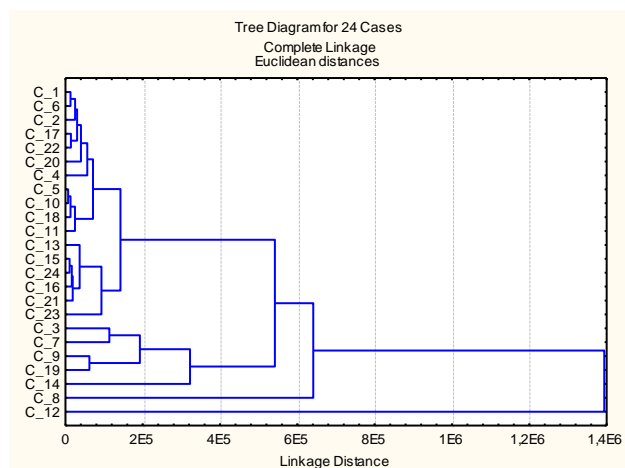


Рис. 1. Дендрограма за результатами кластерного аналізу діяльності юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році

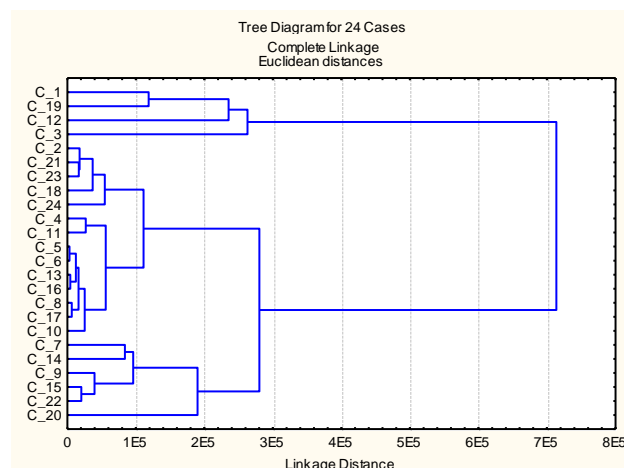


Рис. 2. Дендрограма за результатами кластерного аналізу діяльності фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році

*Власна розробка.

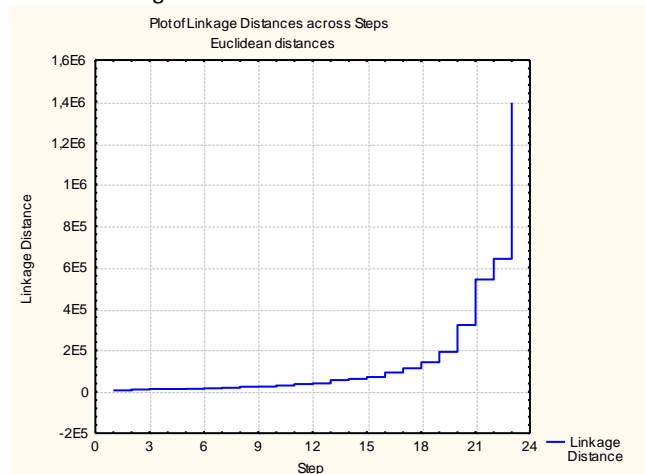


Рис. 3. Графік зміни відстаней за методом Уорда для юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році

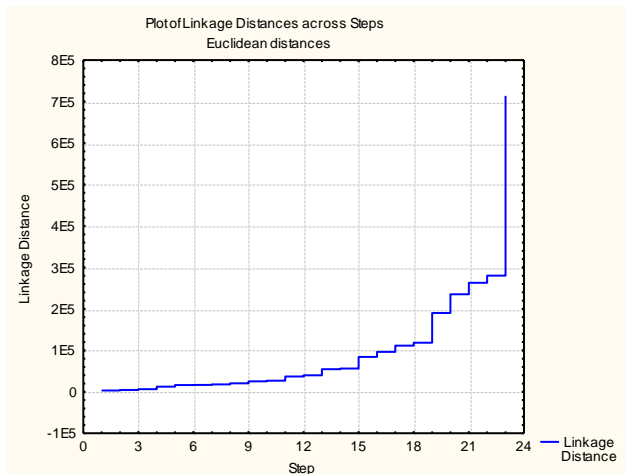


Рис. 4. Графік зміни відстаней за методом Уорда для фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році

*Побудовано авторами.

Таблиця 5. Розподіл регіонів України на кластери за показниками діяльності суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році

Розподіл регіонів України на кластери за показниками діяльності юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році				
Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	
Львівська	Дніпропетровська, Запорізька, Київська, Одеська, Харківська.	Івано-Франківська	Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська.	
Розподіл регіонів України на кластери за показниками діяльності фізичних осіб-підприємців-суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році				
Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 5
Запорізька, Київська, Одеська, Полтавська, Херсонська, Черкаська	Вінницька, Дніпропетровська, Львівська, Харківська	Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Чернігівська	Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Миколаївська, Рівненська, Сумська	Донецька, Луганська

*Власна розробка авторів.

Результати кластерного аналізу показали відмінності у функціонуванні юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році. За показниками діяльності юридичних осіб лідирує Львівська область, яка формує перший кластер. Це вказує на результат дій органів місцевої влади щодо виокремлення туризму як пріоритетної сфери економіки та створення сприятливого середовища функціонування туристичного бізнесу.

До другого кластера віднесено Дніпропетровську, Запорізьку, Київську, Одеську та Харківську області. Це великі області, які зосереджені на розвитку ділового, наукового видів

туризму, організації дозвілля та відпочинку, характеризуються широкою мережею колективних засобів розміщення тощо. До третього кластера віднесено Івано-Франківську область. Четвертий кластер формують всі інші області України, які значно поступаються за показниками вищепереліченим областям. За показниками діяльності фізичних осіб-підприємців найсприятливіше середовище функціонування у Запорізькій, Київській, Одеській, Полтавській, Херсонській та Черкаській областях. Найгірші умови для діяльності - у Донецькій та Луганській областях через воєнні дії на Сході України. Середні значення показників для кожного із виокремлених кластерів

як для діяльності юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році показано на рис. 5-6. На вертикальній осі відкладено середні значення змінних у розрізі одержаних кластерів, а на горизонтальній –

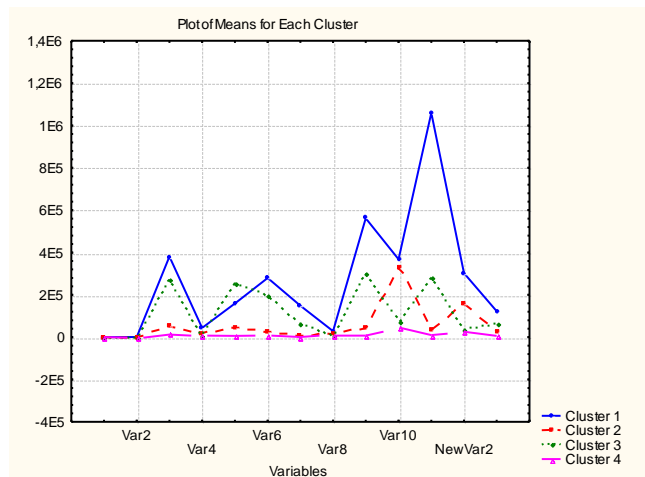


Рис. 5. Графік середніх значень показників діяльності юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році для кожного кластера

*Побудовано авторами.

Це підтверджується зростанням кількісних та якісних показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності, проте відсутність належного регулювання туристичної галузі з боку держави уповільнюють її розвиток. Тільки шляхом балансування інтересів регіонів, створення законодавчих, нормативно-правових та організаційно-економічних умов для розвитку галузі в кожній області можна досягнути комплексного розвитку туризму і забезпечити сприятливий імідж України на міжнародних ринках як туристично привабливої країни [16].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Формування туристичного кластеру є визначальним чинником впливу на інвестиційну привабливість регіону завдяки активізації залучення інвестицій. Застосування кластерного підходу сприятиме активізації інвестиційної діяльності в галузі туризму, підвищенню ефективності інноваційного розвитку регіонів. Варто наголосити, що реалізація тих чи інших заходів повинна відбуватись комплексно, що забезпечить максимальний синергетичний ефект. У підприємствах необхідно застосовувати дієву систему управління інвестиційною діяльністю, здійснювати комплексну оцінку її ефективності та запроваджувати заходи, спрямовані на її підвищення [17].

показники діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Аналізуючи дані органів державної статистики України, можна зробити висновок, що розвиток туристичної діяльності в Україні характеризується позитивною динамікою.

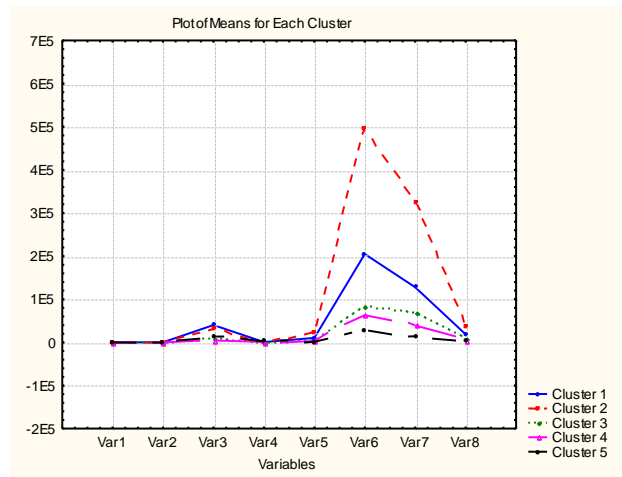


Рис. 6. Графік середніх значень показників діяльності фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році для кожного кластера

Проведено кластерний аналіз з подальшим групуванням регіонів України на кластери залежно від значень показників діяльності юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році. Він дозволив виокремити групи регіонів за спільними (подібними) значеннями множини показників, що дозволить комплексно підійти до прийняття тих чи інших управлінських рішень, які базуватимуться на інтегральному та синергетичному ефекті взаємодії усіх складових туристичного бізнесу. Кожна з виокремлених за допомогою кластерного аналізу група регіонів потребує свого специфічного підходу, інших методів і заходів, ніж інші групи, що дозволить якомога ефективніше приймати рішення в умовах величезного масиву інформаційного середовища.

Пожвавлення інвестиційної діяльності потребує передусім відповідного нормативно-правового забезпечення, спрямованого на створення розвиненої інвестиційної бази [18]. Отже, формування кластерної моделі розвитку туризму є інноваційним механізмом використання наявних ресурсів та об'єднання зусиль для розв'язання соціально-економічних проблем регіону.

Одержані результати можуть бути використані для формування ефективної моделі розвитку туристичних кластерів в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Савицька О. П., Савицька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник НУ «Львівська політехніка»: Проблеми економіки та управління*. № 754. 2013. С. 68-74.
2. Бочан І. О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно-приватне партнерство. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. Львів: ЛІЕТ. 2016. № 11. С. 59–65.
3. Войнаренко М. П. Кластери в економіці: аналіз теорії і практики: монографія. Хмельницький, ХНУ, 2008. 220 с.
4. Porter M. E. Location, clusters and new microeconomics of competition. *Business Economics*. 1998. Vol. 33-1. P. 7-17.
5. Савицька О. П., Савицька Н. В. Теоретико-методичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка «Менеджмент та підприємництво в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку»*. №776. 2013. С. 154-163.
6. Туристична діяльність в Україні у 2017 році: Статистичний збірник. Київ, 2018. 90 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf.
7. Кластер туризму: Львів'яни починають і перемагають або чому варто втілювати стратегію вже сьогодні. Інститут міста. Львів, 2010. 120 с.
8. Андрусак Н. С. Рекреаційно-туристичні кластери як ефективний інструмент міжрегіональної та міжнародної співпраці. *Географія та туризм*. 2014. Випуск 28.
9. Коль О. Д. Концептуальные основы формирования кластера туристических предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе. *Проблемы современной экономики*. 2010. № 1(33). С. 379–393.
10. Николаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Вип. 4 (47). 2012. С. 336–341.
11. Стеченко Д. М. Наукова сутність процесу кластеризації в сфері туризму. *Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права*. 2004. №1–2. С. 376–380.
12. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ: КНТЕУ, 2009. 463 с.
13. Ульяновченко Ю. Інституціональні фактори інноваційного розвитку регіонів на основі кластерного підходу. URL http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pubup/2010/2010-2/doc./4.
14. Тараненко І. В. Алгоритм дослідження та оцінки інноваційної конкурентоспроможності країн. *Науковий Вісник Ужгородського університету «Економіка»*. 2011. Вип. 33. Ч. 1. С. 196-201.
15. Кластерний аналіз. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кластерний_аналіз.
16. Дубодєлова А. В., Кулиняк І. Я., Бондаренко Ю. Г. Кластерний підхід до аналізу розвитку міжнародного туризму в Україні. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2014. Вип. 24.6. С. 195-201.
17. Савицька О. П., Савицька Н. В. Державне регулювання інвестиційних процесів в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка «Менеджмент та підприємництво в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку»*. №714. 2011. С.391-398.
18. Савицька О. П., Бай Т. В. Особливості залучення прямих інвестицій в економіку України. *Науковий вісник НЛТУ України*. Вип. 24.01. 2014. С. 277-284.

REFERENCES

1. Savitska, O. P. and Savitska, N. V. (2013). Stratehiia rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini: rehionalni aspekty [Strategy of tourism industry development in Ukraine: regional aspects]. *Visnyk NU «Lvivska politekhnika» – Bulletin of the Lviv Polytechnic National University*, 754, 68-74 [in Ukrainian].
2. Bochan, I. O. (2016). Intehratsijni protsesy klasteryzatsii u turyzmi: publichno-privatne partnerstvo [Integration processes of clustering in tourism: public-private partnership]. *Visnyk Lvivskoho instytutu ekonomiky i turyzmu – Visnyk of the Lviv Institute of Economics and Tourism*, 11, 59–65 [in Ukrainian].
3. Vojnarenko, M. P. (2008). *Klasteri v ekonomitsi: analiz teorii i praktyky [Clusters in Economics: An Analysis of Theory and Practice]*. Khmelnytsky, KhNU [in Ukrainian].
4. Porter, M. E. (1998). Location, clusters and new microeconomics of competition. 33-1, 7-17.
5. Savitska, O. P. and Savitska, N. V. (2013). Teoretyko-metodychni aspekty otsiniuvannya konkurentospromozhnosti subiektiv turystychnoi industrii [Theoretical and methodical aspects of evaluation of competitiveness of subjects of the tourism industry]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» – Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, 776, 154 – 163 [in Ukrainian].
6. *Turystychna diialnist v Ukraini u 2017 rotsi: Statystychnyj zbirnyk [Tourist activity in Ukraine in 2017: Statistical collection]*. Kyiv, 2018. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf [in Ukrainian].
7. Klaster turyzmu: L'viv'iany pochynaiut' i peremahaiut' abo chomu varto vtiliuvaty stratehiiu vzhe s'ohodni [Cluster of tourism: Lviv people start and win or why it is necessary to implement the strategy today]. (2010). *Instytut mista – City Institute*. [in Ukrainian].
8. Andrusiak, N. S. (2014). Rekreatsijno-turystychni klasteri yak efektyvnyj instrument mizhrehionalnoi ta mizhnarodnoi spivpratsi [Recreational-tourist clusters as an effective instrument of interregional and international cooperation]. *Geography and Tourism*, 28 [in Ukrainian].

www.econa.org.ua

9. Kol', O. D. (2010). Konceptual'nye osnovy formirovaniya klastera turisticheskikh predprinimatel'skikh struktur po v#ezdnomu turizmu v krupnom gorode [Conceptual basis formation of a cluster of tourism business structures for entry tourism in a large city]. *Problemy sovremennoj jekonomiki – Problems of the modern economy*, 1(33), 379–393 [in Russian].
10. Nikolaiev, Yu. O. (2012). Turystychni klasteri v Ukraini [Tourist clusters in Ukraine]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen – Bulletin of socio-economic research*, 4 (47), 336–341 [in Ukrainian].
11. Stechenko, D. M. (2004). Naukova sutnist protsesu klasteryzatsii v sferi turizmu [The scientific essence of the process of clusterization in the field of tourism]. *Visnyk Khmelnytskoho instytutu rehionalnoho upravlinnia ta prava – Bulletin of the Khmelnytsky Institute of Regional Management and Law*, 1–2, 376–380 [in Ukrainian].
12. Tkachenko, T. I. (2009). *Stalyj rozvytok turizmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable Tourism Development: Theory, Methodology, Business Realities]*. Kyiv: KNETU [in Ukrainian].
13. Ulianchenko, Yu. (2010). *Instytutsional'ni faktory innovatsijnoho rozvytku rehioniv na osnovi klasterneho pidkhodu [Institutional factors of innovation development of regions on the basis of cluster approach]*. Retrieved from: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pubup/2010/2010-2/doc./4/ [in Ukrainian].
14. Taranenko, I. V. (2011). Alhorytm doslidzhennia ta otsinky innovatsijnoi konkurentospromozhnosti krain [The Algorithm of Research and Evaluation of Innovation Competitiveness of Countries]. *Naukovyj Visnyk Uzhhorodskoho universytetu – Scientific Bulletin of Uzhgorod University*, 33, 196–201 [in Ukrainian].
15. *Klasternyj analiz [Cluster analysis]*. Retrieved from: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кластерний_аналіз [in Ukrainian].
16. Dubodielova, A. V., Kulyniak, I. Ya. and Bondarenko, Yu. H. (2014). Klasternyj pidkhid do analizu rozvytku mizhnarodnoho turizmu v Ukraini [Cluster approach to the analysis of the development of international tourism in Ukraine]. *Naukovyj visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy – Scientific herald of the National Forestry University of Ukraine*, 24.6, 195–201 [in Ukrainian].
17. Savitska, O. P. and Savitska, N. V. (2011). Derzhavne rehuliuвання investytsijnykh protsesiv v Ukraini [State regulation of investment processes in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika» – Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, 714, 391–398 [in Ukrainian].
18. Savitska, O. P. and Baj, T. V., (2014). Osoblyvosti zaluchennia priamykh investytsij v ekonomiku Ukrainy [Features of attraction of direct investments into the economy of Ukraine]. *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy – Scientific herald of NLTU of Ukraine*, 24.01, 277–284 [in Ukrainian].