

УДК 311.21:338.48.057.7

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Назарова О.Ю.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У статті охарактеризовано ринок туристичних послуг, як одного з сегментів ринку послуг. Здійснено статистичний аналіз ринку туристичних послуг у світі протягом 2002-2013 рр. Використано кластерний підхід до аналізу туристичної діяльності в регіонах України за певними показниками. Це зроблено з метою виявлення рівня забезпеченості населення регіонів туристичними послугами.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, туристична діяльність, туристичний продукт, світова туристична галузь, кластерний аналіз.

Постановка проблеми. На економічний розвиток будь-якої країни має великий вплив якісне вирішення питань, які пов'язані з туризмом. В державних бюджетах доходи від цієї галузі займають значну частину. Також туризм є джерелом грошових надходжень, забезпечення зайнятості населення, активізації регіонального розвитку, фактора реструктуризації економіки, яке постійно зростає. Туризм входить до числа трьох провідних галузей світового господарства, таких як нафтовидобувна промисловість й автомобілебудування, лише трохи поступаючись їм.

Туризм виступає немовби «невидимий» товар. Характерною особливістю і своєрідним достоїнством туристичних послуг (товару) є те, що помітна частина цих послуг проводиться мінімальними витратами на місці. Останнім часом туризм придбав значення соціального явища: перейшов з такої категорії, як елітний продукт в категорію продукту, доступного споживачеві. На момент, коли розвиток туризму тільки починався, він розглядався як елемент соціального та культурного впливів. На сучасному етапі туризм вже вважається економічним і масовим соціальним явищем.

Сказане доводить високу актуальність теми дослідження.

Аналіз публікацій. Питанням становлення та функціонування ринку загалом і туристичного, зокрема, займалися і займаються багато науковців у цій сфері як вітчизняних, так і закордонних: М. Портер, Ф. Котлер, В. Головінець, С. Гаврилюк, І. Школа, В. Данильчук, Ю. Мазур, О. Любіцева, Н. Кудла, Л. Гонтаржевська та ін.. Автори у своїх працях розглядають різні аспекти суті, функціонування та властивостей ринку туристичних послуг. Однак, поряд з тим не до кінця розкритими залишаються питання особливостей організації та розвитку туристичного ринку в Україні.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є характеристика ринку туристичних послуг та аналіз його розвитку у світі протягом 2002-2013 рр. Використання кластерного аналізу для дослідження територіальної структури ринку туристичної діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі однією з провідних рис економіки розвинених країн є домінування сфери нематеріального виробництва, тобто сфери послуг, яка бере участь у створенні валового внутрішнього продукту. Існує велика різноманітність послуг, яка за різними підрахунками налічує більш 600 різновидів, достатньо високими показниками розвитку від-

різняється сфера міжнародного туризму. Вона вже випередила автомобільну та нафтопереробну галузі за темпами зростання. Особливість, що притаманна туристичному ринку і значно відрізняє його від інших ринків видів послуг – це наявність високого ступеня впливу на нього факторів як економічного, так і неекономічного характеру. Причому, виходячи з аналізу останніх тенденцій, ці чинники майже рівною мірою визначають темпи зростання та вклад туристичної сфери в економічний розвиток країни [1].

Як економічна категорія ринок взагалі характеризує сукупність економічних відносин, що утворюються з приводу продажу та купівлі товару (або послуги).

Ринок туристичних послуг – є сферою задоволення потреб населення у послугах, що пов'язані з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням.

Ринок туристичних послуг або туристичний ринок має об'єктивним підґрунтям формування зростання та урізноманітнення суспільних потреб, а також відповідне йому поглиблення суспільного розподілу праці. Він є частиною світового ринку послуг, одним з його видових компонентів. Тому ринок туристичних послуг – система багатобачна, поліструктурна, поліформна та багаторівнева, а функціонує за законом врівноваження попиту і пропозиції, завдяки якому відтворюється об'єктивно обумовлена необхідність відповідності в часі і просторі вартісних та натурально-речових форм платоспроможного попиту і товарної пропозиції, і діє на основі коливань виготовлення та вживання тур продукту [2].

За офіційними даними Міжнародної туристичної організації (UNWTO) частка туризму у ВВП світу становить приблизно 9%, близько 30% в експорті послуг світу та 6% від обсягів світової торгівлі. В галузі цій працює більш ніж 235 млн. чол. (кожний 12 працівник). В 2013 р. послуги туристичної галузі спожило близько 983 млн. міжнародних туристів, а в 2014 році їх кількість перевищила 1 млрд. осіб. Загальний товарообіг світового туризму в 2014 році склав 1,2 трильйонів дол. США (в 2013 році – 1,03 трильйонів дол. США) [3].

В 2007 р. Світовий економічний форум впровадив аналіз всесвітньої туристичної галузі та розрахунок індексу конкурентоспроможності туризму та подорожей, що дозволяє оцінити конкурентоспроможність туристичної галузі окремих країн світу. Щорік кількість країн, які

представленні в рейтингу Світового економічного форуму зростає. Так, в 2007 р. оцінювалася туристична конкурентоспроможність 124 країн, в 2013 р. до рейтингу потрапило вже – 139, що підтверджує зростаючу популярність та значення даного рейтингу.

Таким чином, туризм переростає на одну з пріоритетних галузей у всесвітній економіці, що спричиняє як розріст окремих галузей, так і соціально-економічний розвиток цілих країн. В певних країнах туристична галузь формує більшу частину національного багатства держави.

Однією з провідних особливостей розвитку туризму є нерівний поділ туристичних потоків в різних регіонах і країнах світу. (Рис. 1.)

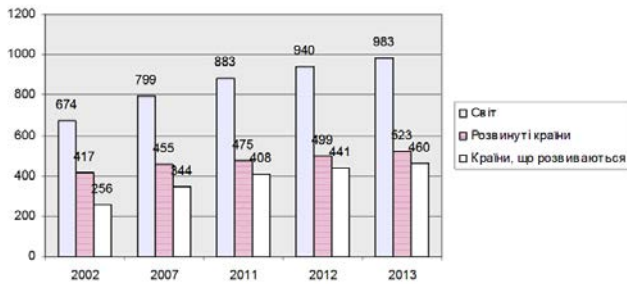


Рис. 1. Розвиток світової туристичної галузі у 2002-2013 рр. [4]

Країни, що розвиваються, хоча і займали в 2013 році на світовому ринку туристичних послуг 46,8%, порівняно з розвинутими країнами, частка яких складала 53,2%, проте перші мали значно більшу динаміку розвитку галузі ніж другі. Якщо в розвинутих країнах у 2013 році порівняно з 2002 роком приріст потоку в'їзних туристів склав 25,4%, то в країнах, що розвиваються цей показник склав 79,7%.

Слід відмітити, що Європа займала значно більшу частку світової туристичної галузі, ніж будь які інші частини світу, за розглянутий період. Це свідчить про те, що в'їзний туристичний потік в Європу був набагато більшим, тому вона протягом багатьох років була лідером у світовій туристичній галузі серед інших частин світу, адже займала велику частку туристичного ринку (51,3%) і мала великий в'їзний потік туристів, що можна побачити на рис. 2.

Приріст об'ємів продаж на світовому ринку туристичних послуг за 2002-2013 рр. був 2,16 разів або 116,8%. За попередніми оцінками UNWTO в 2014 році обіг ринку туристичних послуг у світі склав 1,2 трильйони дол. США.



Рис. 2. Європа у світовому туристичному ринку у 2013 році [4]

В Україні упродовж останніх років ринок туристичних послуг набув значної динаміки розвитку. Однак за даними UNWTO частка туристичної галузі у ВВП країни складає лише 2%, що свідчить про те, що туристичний потенціал країни використовується частково, ринок туристичних послуг функціонує недостатньо ефективно.

Проаналізуємо туристичну діяльність в регіонах України у 2014 р. за основними показника-

Таблиця 1

Групування регіонів України за туристичними послугами методами повного зв'язку та Уорда

№ кластера	Метод повного зв'язку	Метод Уорда
1	Київ	Київ
2	Одеська, Львівська, Хмельницька, Івано-Франківська, Харківська, Дніпропетровська, Запорізька, Херсонська, Миколаївська, Закарпатська	Одеська, Львівська, Хмельницька, Івано-Франківська, Запорізька, Херсонська, Миколаївська, Закарпатська, Харківська, Дніпропетровська
3	Полтавська, Житомирська, Чернівецька, Тернопільська, Сумська, Рівненська, Чернігівська, Кіровоградська, Черкаська, Волинська, Київська, Вінницька	Полтавська, Житомирська, Тернопільська, Сумська, Рівненська, Чернігівська, Кіровоградська, Чернівецька, Черкаська, Волинська, Київська, Вінницька

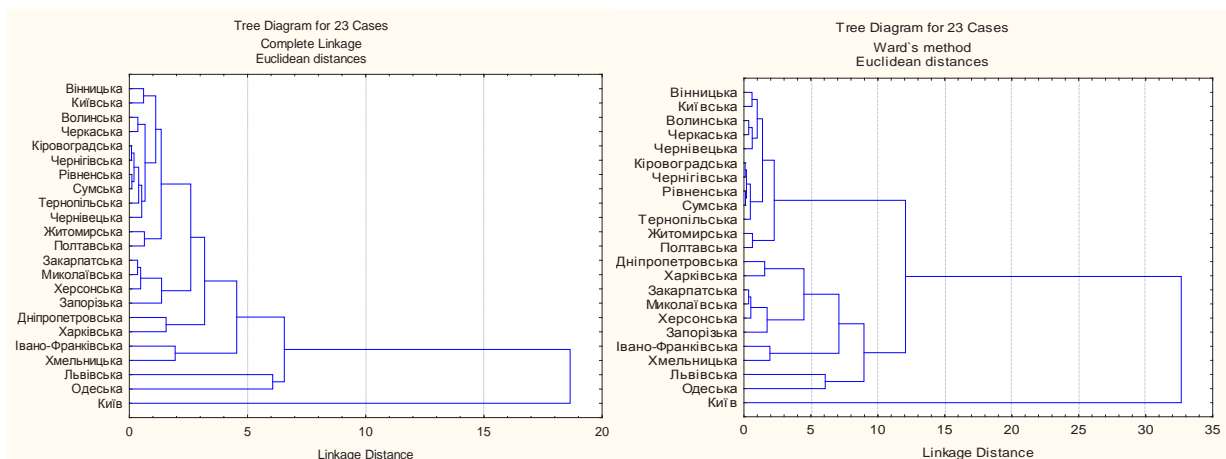


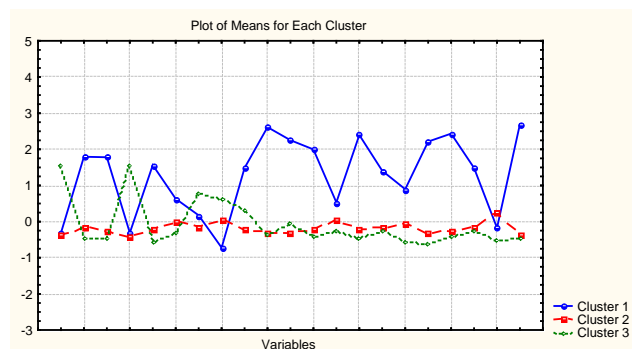
Рис. 3. Кластеризація регіонів України за туристичними послугами методами повного зв'язку та Уорда

ми (19 складових) [5]. Зробимо це за допомогою кластерного аналізу, метою якого є створення груп, які схожі між собою за характеристиками і об'єднанні в кластери.

Класифікація регіонів України проводилася за допомогою різних алгоритмів кластерного підходу. Застосування методів повного зв'язку та Уорда дозволило зробити припущення, що регіони України можливо об'єднати у три кластери. Дендрограми відповідних об'єднань наведені на рис. 3.

Згідно з результатами кластерного аналізу можна виокремити три групи регіонів України. (табл. 1).

Найкращі результати щодо змістовної інтерпретації було отримано з застосуванням ітеративного методу кластерного аналізу, зокрема алгоритму k-середніх з розбиттям на три кластери (рис. 4).



Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності
 Суб'єкти туристичної діяльності
 Мета: службова, ділова, навчання
 Мета: дозвілля, відпочинку
 Мета: лікування
 Мета: спортивний туризм
 Мета: спеціалізований туризм
 Інші
 З них діти віком 0-17 років
 Обслуговано в інших (іноземних) туристах
 Обслуговано візних туристів
 Колективні засоби розміщування
 Середньооблікова кількість платіжних працівників в туристичній діяльності
 Показники роботи суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність
 Кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок
 Кількість реалізованих населенням тур агентами туристичних путівок
 Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій
 Доходи населення
 Доход від надання туристичних послуг

Рис. 4. Значення середніх показників у кожному кластері

Наочно продемонстровано, що перші два кластери мають найбільш привабливі умови для розвитку широкого комплексу надання туристичних послуг, тобто туристичного продукту. Варто за-

значити, що для туристичного ринку в Україні притаманна суттєва регіональна диференціація. Окремі області та регіони різняться між собою певними показниками: рівнями зосередженого туристичного потенціалу, фактичного розвитку туристичної інфраструктури регіону, попиту на туристичні послуги регіону та ін.

Регіони, які відносяться до першого та другого кластерів є найбільш привабливими для іноземних туристів та мають значний туристичний потенціал, також їх сильною стороною є історико-архітектурна спадщина, кліматичні та рекреаційні позначки тощо. Слід врахувати те, що Київ є столицею України і це збільшує можливість віднести його в окремий кластер, додавши до рекреаційних особливостей ще й такі як професійно-діловий туризм, кількість туристів, які виїжджали за кордон, високі заробітки жителів столиці які, на жаль, віддають перевагу туризму за межами нашої країни, оскільки туристичний продукт, який запропонований в самій державі не відвічає їх вимогам та сподіванням.

Що ж до третього кластеру і регіонів, які він об'єднує, то в них спостерігається гірший стан ринку туристичних послуг. Зазначеним областям притаманно найнижчі середні значення за усіма показниками, за якими було виконано дослідження.

Висновки і пропозиції. Вищесказане дозволяє зробити висновки, що поживлення міжнародної туристичної активності помічається в усьому світі. Європа, на частку якої припадає більш половини всіх міжнародних туристських прибутків в усьому світі, була найбільш швидкозростаючим регіоном.

Проведення кластерного аналізу дозволило виділити суттєві відміни у розвитку ринку туристичних послуг на мезорівні.

Оскільки Україна знаходиться у самому центрі Європи, на перехресті важливих міжнародних транспортних коридорів і має сприятливі природно-кліматичні умови, багаті історико-культурні пам'ятки, то вона потребує подальшого розвитку даної галузі. Однак це неможливо здійснити без державної підтримки.

Слід зазначити, що існують фактори, які гальмують розвиток ринку туристичних послуг. До них можна віднести: недостатність розвинутої інфраструктури, відсутність кваліфікованих працівників, екологічні та кримінальні ризики, низький рівень побутового комфорту, високу вартість на послуги. Крім того, стримуючим фактором розвитку туристичної сфери, її матеріально-технічної бази є проблеми, які пов'язані з податковим законодавством України: сплата податку на додану вартість, земельний податок, готельний та курортний збори. Достатньо не відпрацьовано механізм заохочувального оподаткування інформаційно-рекламної діяльності, стимулювання інвестицій у туристичну галузь. Визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку регіонів не підкріплено сприятливими умовами, які б утворювалися з боку органів влади.

Список літератури:

1. Булатова О. В. Закономірності та прогноз розвитку туристичної галузі України / О. В. Булатова, Я. А. Дубенюк // Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері), – 2006. – № 10. – С. 168-175.
2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

3. World Tourism Organization UNWTO [Electronic resource]. – Accessed mode: <http://www.unwto.org/>
4. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition [Electronic resource]. – Accessed mode: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition/>
5. Туристична діяльність в Україні у 2014 році. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс].- Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrexport.gov.ua/i/imgsupload/file/bl_td_14.pdf
6. Буреева Н.Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП «STATISTICA». Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики». Нижний Новгород, 2007, 112 с.

Назарова А.Ю.

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Аннотация

В статье охарактеризован рынок туристических услуг, как один из сегментов рынка услуг. Осуществлен статистический анализ рынка туристических услуг в мире в течение 2002-2013 гг. Использован кластерный подход к анализу туристической деятельности в регионах Украины по определенным показателям. Это сделано с целью выявления уровня обеспеченности населения регионов туристическими услугами.

Ключевые слова: рынок туристических услуг, туристическая деятельность, туристический продукт, мировая туристическая отрасль, кластерный анализ.

Nazarova O.U.

Kharkiv V.N. Karazin National University

STATISTICAL STUDY OF TRAVEL SERVICES MARKET

Summary

The article determines travel services market as a segment of the services market. It carries out a statistical analysis of the travel services market in the world for 2002–2013. There has been taken a cluster approach to the analysis of tourism in the regions of Ukraine by certain indicators in order to identify the level of availability of the regional travel services.

Keywords: travel services market, tourist activity, tourism product, global tourism industry, cluster analysis.