

УДК 338.48

Горіна Г. О.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

UDC 338.48

Gorina G. O.,
Grand PhD
of Economic Sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

CLUSTER ANALYSIS OF THE UKRAINE TOURIST SERVICES REGIONAL MARKETS

***Мета.** Метою статті є проведення кластерного аналізу регіональних ринків туристичних послуг.*

***Методи.** Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, макро- та мікроекономіки, теорії управління. З метою досягнення поставленої мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: системний і комплексний аналіз, розрахунково-аналітичні та порівняльні методи, економіко-математичні методи, методи кластерного аналізу, графічні й табличні методи.*

***Результати.** Досліджено динаміку кількості підприємств виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України за регіональним розташуванням. Здійснено аналіз кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за регіонами України. Проведено кластерний аналіз національного ринку туристичних послуг на підставі групування регіональних ринків за показниками функціонування суб'єктів туристичної діяльності. Визначено оптимальний склад кластерів регіональних ринків туристичних послуг, необхідних для більш детального та фундаментального аналізу ринку і розробки локальних концепцій та стратегій розвитку.*

***Ключові слова:** регіональні ринки туристичних послуг, туризм, туристична послуга, туристичний продукт, кластерний аналіз.*

Постановка проблеми. Розробка локальних стратегій та концепцій розвитку регіональних ринків туристичних послуг, спрямованих на забезпечення сталого, перманентного розвитку в умовах просторової поляризації та інтеграційних процесів, з урахуванням залучення великої кількості суб'єктів ринку у створення комплексного кінцевого туристичного продукту, актуалізує та обґрунтовує необхідність застосування кластерного аналізу, з виокремленням оптимальних за складом кластерів для аналізованих об'єктів (регіональних ринків туристичних послуг).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність та своєчасність дослідження розвитку регіональних ринків туристичних послуг підтверджується зацікавленістю розбудови цієї проблематики низкою вітчизняних вчених, зокрема; світовий досвід управління регіональним розвитком туристичної галузі вивчає у своїх працях Г. П. Горбань [1], питаннями формування й оцінки економічного потенціалу туристичної галузі регіону займаються О. О. Комліченко, Н. В. Ротань [2], регіональні аспекти проблем розвитку туризму і готельного господарства досліджує І. М. Писарев-

© Г. О. Горіна, 2017

ський [3], стратегія, ресурси, перспективи розвитку регіонального туризму ґрунтовно розглянуті Н. П. Мешко [4], засади, розвиток туристичного бізнесу регіону вивчає І. М. Школа [5] тощо. Незважаючи на достатньо велику кількість праць з досліджуваної проблематики та значущість отриманих наукових результатів, слід зазначити, що питання кластеризації регіональних ринків туристичних послуг України з подальшим їх аналізом та побудовою відповідних стратегій розвитку розглянуто фрагментарно, вони потребують ґрунтового дослідження та апробації.

Мета статті — проведення кластерного аналізу регіональних ринків туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення сучасної структури національного туристичного ринку на засадах просторової поляризації пропонується провести на підставі оцінки співвідношення ключових кількісних параметрів, які характеризують активність туристичних підприємств регіону у туристичній галузі, стан розвитку туристичної інфраструктури та її атрактивність і відвідуваність, а саме кількість суб'єктів туристичної діяльності, кількість обслуговуваних туристів у контексті їх розподілу за регіональним розташуванням.

За період 2011–2015 рр. загальна кількість підприємств виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту зменшилась на 30,58 %, у тому числі кількість туроператорів знизилась на 42,9 % (377 підприємств), кількість турагентів — на 27,4 % (965 підприємств) [6, 7].

За регіональним розташуванням найбільше скорочення зазначених підприємств позначилось на Донецькій — 94,3 % та Луганській — 88,3 % областях. Разом з тим це зниження обумовлене, в першу чергу, відсутністю вірогідних даних з територій проведення АТО. Приріст кількості підприємств продемонстрували Київська — 39,3 %, Рівненська — 16,33 %, Чернігівська — 8 %, Львівська — 6,29 %, Хмельницька — 6,15 % області.

Дані статистичного бюлетеня «Туристична діяльність в Україні» [6; 7] свідчать, що на сучасному етапі у просторово-поляризаційній структурі туристичного ринку України центрами розвитку підприємницької діяльності у сфері туризму є: м. Київ — 880 підприємств виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту (22,8 % від загальної кількості аналогічних підприємств в Україні), Дніпропетровська обл. — 294 підприємства (9,6 %), Харківська обл. — 259 підприємств (8,5 %), Одеська обл. — 224 підприємства (7,3 %), Львівська обл. — 186 підприємств (6,1 %), Запорізька — 131 підприємство (4,3 %). Периферію туристичної господарської діяльності складають Луганська обл. — 11 підприємств (0,36 %), Донецька обл. — 23 підприємства (0,75 %), Кіровоградська обл. — 40 підприємств (1,31 %), Тернопільська обл. — 41 підприємство (1,35 %), Житомирська обл. — 45 підприємств (1,48 %) та інші.

За кількістю туристів, обслуговуваних турагентами у 2015 р., лідерами є м. Київ — 492038 осіб (74,14 % від загальної кількості обслугованих турагентами осіб в Україні), далі з великим відривом Львівська область — 50244 осіб (7,57 %), Одеська обл. — 18589 осіб (2,8 відсотків), Дніпропетровська — 15693 осіб (2,36 %), Запорізька — 13354 осіб (2,01 %). За кількістю туристів, обслуговуваних туроператорами у 2015 р., лідерами є м. Київ — 991222 осіб (86,1 %), Івано-Франківська обл. — 59979 осіб (5,2 %), Львівська обл. — 42839 осіб (3,7 %), Одеська обл. — 14264 осіб (1,24 %).

Досліджуючи загальну кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, необхідно зробити висновок, що центрами туристичного обслуговування у національному туристичному просторі є м. Київ — 81,73 % від загальної кількості обслуговуваних туристів за всіма регіонами України (1483260 осіб), Львівська обл. — 5,13 % (93083 особи), Івано-Франківська обл. — 3,45 % (62525 осіб), Одеська

обл. — 1,81 % (32853 особи), Дніпропетровська — 1,15 % (20851 особа). Периферію складають Луганська обл. — 0,02 % (450 осіб), Кіровоградська — 0,12 % (2096 осіб), Житомирська — 0,14 % (2527 осіб), Черкаська обл. — 0,14 % (2569 осіб) та інші [6].

Для більш ґрунтовного та детального аналізу регіональних ринків туристичних послуг, дослідження їх розвитку в умовах просторової поляризації застосовано кластерний аналіз, заснований на об'єднанні об'єктів (регіональних ринків туристичних послуг) в кластери, використовуючи міру подібності або відстань між ними за допомогою програмного продукту STATISTICA 10.

У якості об'єктів вибірки кластерного аналізу виступають 25 областей України та м. Київ, ознаками за якими здійснено групування у 2015 р., виступають: кількість суб'єктів туристичної діяльності України, середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності, дохід від надання туристичних послуг, кількість реалізованих населенню туристичних путівок, вартість реалізованих туристичних путівок, кількість туристів та екскурсантів, обслугованих туроператорами та турагентами. Вихідні статистичні дані для проведення кластерного аналізу регіональних ринків туристичних послуг наведено у табл. 1.

Таблиця 1 — Вихідні статистичні дані для проведення кластерного аналізу регіональних ринків туристичних послуг України, 2015 р.
(складено автором за даними [8])

Регіон	Кількість суб'єктів туристичної діяльності України, од.	Середньо-облікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності, осіб	Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн.	Кількість реалізованих населенню туристичних путівок, од.	Вартість реалізованих туристичних путівок, тис. грн.	Кількість туристів та екскурсантів, обслугованих туроператорами і турагентами, осіб
1	2	3	4	5	6	7
Вінницька	63	144	18874	12853	157767,3	22748
Волинська	68	83	14235	9720	84580,5	15620
Дніпропетровська	294	551	42172	31335	592512,8	46121
Донецька	23	37	22774	2398	22741,3	3297
Житомирська	47	58	3968	4726	51628,9	6283
Закарпатська	67	96	9441	5616	63225,1	10656
Запорізька	140	241	18712	21172	264616,5	30922
Івано-Франківська	83	538	262885	61597	152828,6	65885
Київська	90	151	11603	5465	119431,9	11560
Кіровоградська	46	60	8856	5373	47165,9	7830
Луганська	11	17	821	746	9592,7	939
Львівська	221	667	188651	92594	682250,3	112472
Миколаївська	60	73	5169	4995	92053,1	7464
Одеська	245	714	187717	37949	555068,5	45809
Полтавська	91	122	6783	5654	116162,1	9497
Рівненська	59	91	10080	3406	55006,8	6640
Сумська	53	55	4275	5714	58701,3	7567
Тернопільська	43	78	5884	3479	37006,6	6668
Харківська	264	433	35224	18546	388964,7	31233
Херсонська	53	81	81976	9108	77406	11720

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7
Хмельницька	78	140	9268	17048	85969,2	25426
Черкаська	75	119	9715	4378	81035,3	8520
Чернівецька	65	167	16093	8519	124705,4	15662
Чернігівська	55	78	4915	3528	66115,9	7052
м. Київ	888	4794	4035259	776226	14939880,8	1501985

Попереднє нормування вихідних даних з метою усунення розбіжностей в одиницях виміру показників здійснено за формулою:

$$Z = \frac{(x - \mu)}{\sigma}, \quad (3.1)$$

де Z — значення стандартного нормованого розподілу; x — значення вихідного розподілу; μ — середнє значення вихідного розподілу; σ — стандартне відхилення вихідного розподілу.

Розрахункові значення нормованих даних наведено у табл. 2.

Таблиця 2 — Розрахункові значення нормованих даних для проведення кластерного аналізу регіональних ринків туристичних послуг України, 2015 р. (розраховано автором)

Регіон	Кількість суб'єктів туристичної діяльності України, од.	Середньо-облікова кількість платіжних працівників суб'єктів туристичної діяльності, осіб	Доход від надання туристичних послуг, тис. грн.	Кількість реалізованих населенню туристичних путівок, од.	Вартість реалізованих туристичних путівок, тис. грн.	Кількість туристів та екскурсантів, обслугованих туроператорами і турагентами, осіб
Вінницька	-0,365338588	-0,254375203	-0,226664478	-0,216407166	-0,202420254	-0,195334623
Волинська	-0,336920839	-0,319158468	-0,232449695	-0,236808806	-0,227140348	-0,21932608
Дніпропетровська	0,947561441	0,177867231	-0,197607684	-0,096055067	-0,055577519	-0,116665665
Донецька	-0,592680584	-0,368011421	-0,221800435	-0,284488607	-0,248027597	-0,260802894
Житомирська	-0,456275387	-0,345708986	-0,245255597	-0,269329009	-0,238270315	-0,250752601
Закарпатська	-0,342604388	-0,305352198	-0,238428601	-0,263533458	-0,2343535	-0,236033936
Запорізька	0,072294755	-0,151359193	-0,226866522	-0,162235046	-0,166330107	-0,167822533
Івано-Франківська	-0,25166759	0,164060961	0,077664335	0,101006681	-0,204088384	-0,050143896
Київська	-0,211882741	-0,246941058	-0,2357323	-0,264516748	-0,215368691	-0,232991248
Кіровоградська	-0,461958936	-0,343584944	-0,239158707	-0,265115839	-0,23977777	-0,245545701
Луганська	-0,660883183	-0,389251835	-0,249179757	-0,295246191	-0,252468761	-0,268739462
Львівська	0,532662297	0,301061634	-0,014920598	0,302854642	-0,025267142	0,106658857
Миколаївська	-0,382389238	-0,329778675	-0,243756973	-0,26757732	-0,22461635	-0,246777585
Одеська	0,669067495	0,350976608	-0,016084851	-0,05298566	-0,068224972	-0,117715796
Полтавська	-0,206199191	-0,277739659	-0,241744382	-0,263286008	-0,216473122	-0,239934904
Рівненська	-0,388072788	-0,310662302	-0,237632769	-0,277924657	-0,237129372	-0,249551008
Сумська	-0,422174087	-0,348895048	-0,244871712	-0,262895297	-0,235881491	-0,246430907
Тернопільська	-0,479009586	-0,324468571	-0,242864983	-0,277449292	-0,243209247	-0,249456766
Харківська	0,777054943	0,052548785	-0,206273163	-0,179335177	-0,124329374	-0,166775768
Херсонська	-0,422174087	-0,321282509	-0,147964016	-0,240794062	-0,229563658	-0,232452719
Хмельницька	-0,280085339	-0,258623286	-0,23864474	-0,189089935	-0,226671291	-0,186320997
Черкаська	-0,297135989	-0,280925722	-0,238087994	-0,271595134	-0,2283378	-0,243223295
Чернівецька	-0,353971488	-0,229948727	-0,230133413	-0,244629544	-0,213587476	-0,219184716
Чернігівська	-0,410806987	-0,324468571	-0,244074134	-0,277130211	-0,233377083	-0,248164297
м. Київ	4,323590086	4,684021156	4,782533169	4,75456691	4,790491628	4,783488541

Дендрограма ієрархічної кластеризації регіональних ринків туристичних послуг була побудована у програмному продукті STATISTICA 10 послідовним об'єднанням у кластері спочатку найближчих, а потім і все більш віддалених один від одного об'єктів.

У якості алгоритму кластеризації було обрано метод Уорда, мірою відстані обрано Евклідову відстань. Побудована дендрограма наведена на рис. 1.

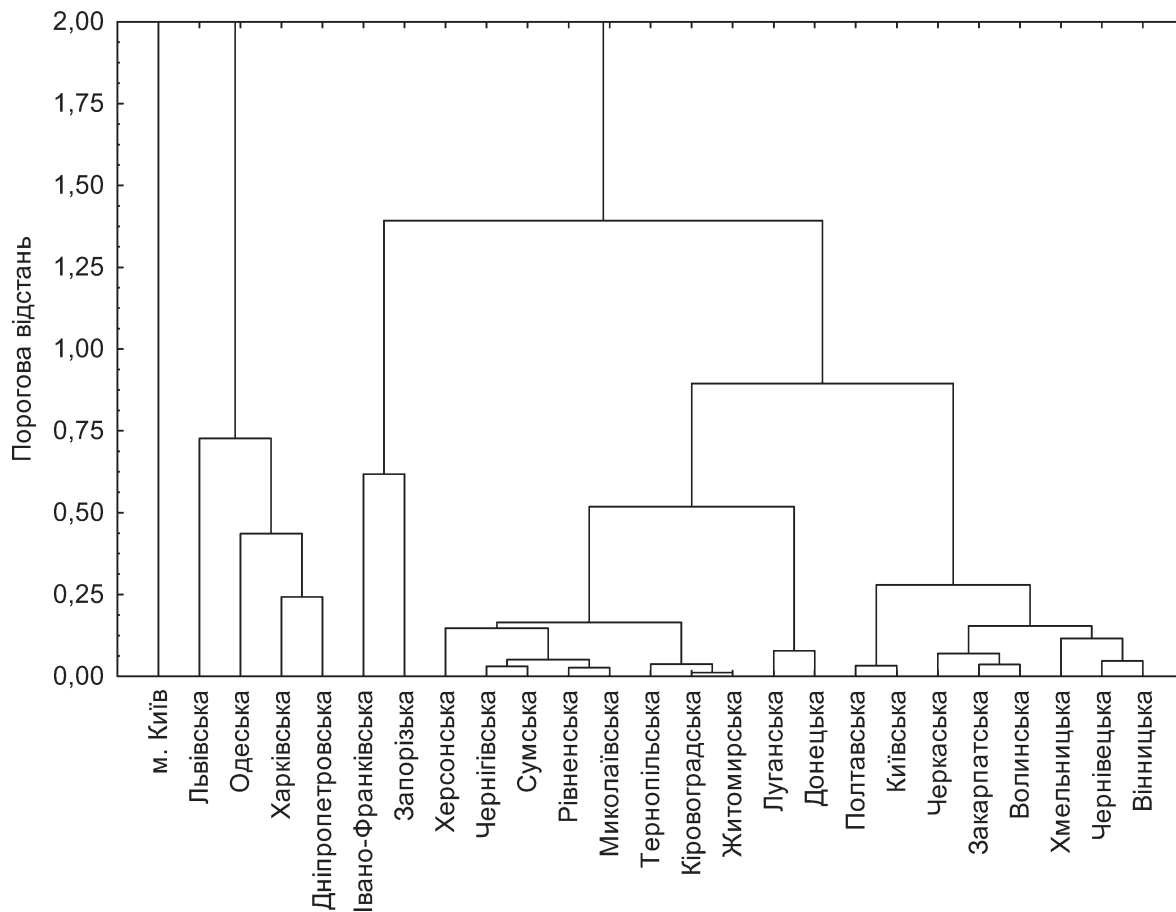


Рисунок 1 — Дендрограма ієрархічної кластеризації регіональних ринків туристичних послуг України (побудовано автором)

Для визначення укрупненої кількості кластерів доцільно обрати порогову відстань у 0,75 та вище, тоді як для більш детального і фундаментального аналізу ринку туристичних послуг, необхідного для розробки локальних концепцій та стратегій розвитку, доцільно обрати порогову відстань у 0,5 і нижче, що дозволить визначити оптимальний склад кластерів за показниками діяльності суб'єктів регіональних ринків туристичних послуг.

При пороговій відстані у 0,5 на ринку туристичних послуг України утворюються 8 кластерів, причому 4 з них утворені з одного об'єкта вибірки: кластер 1 (м. Київ), кластер 2 (Львівська обл.), кластер 3 (Одеська обл., Харківська обл., Дніпропетровська обл.), кластер 4 (Івано-Франківська обл.), кластер 5 (Запорізька обл.), кластер 6 (Херсонська обл., Чернігівська обл., Сумська обл., Рівненська обл., Миколаївська обл., Тернопільська обл., Кіровоградська обл., Житомирська обл.), кластер 7 (Луганська обл., Донецька обл.), кластер 8 (Полтавська обл., Київська обл., Черкаська обл., Закарпатська обл., Волинська обл., Хмельницька обл., Чернівецька обл., Вінницька обл.) (табл. 3).

З аналітичною метою доцільним буде проведення відповідного кластерного аналізу для попередніх років, з метою дослідження трансформації складу кластерів і визначення тенденцій та факторів, що чинять вплив на відповідні трансформації.

Висновки. Отже, проведений кластерний аналіз національного ринку туристичних послуг на підставі групування регіональних ринків за показниками функціону-

Таблиця 3 — Групування регіональних ринків туристичних послуг
(складено автором)

Порогова відстань 0,75			Порогова відстань 0,5		
Кластер	Рівень об'єднання кластера	Об'єкти вибірки	Кластер	Рівень об'єднання кластера	Об'єкти вибірки
Кластер 1	-	м. Київ	Кластер 1	-	м. Київ
Кластер 2	0,7265924	Львівська обл., Одеська обл., Харківська обл., Дніпропетровська обл.	Кластер 2	-	Львівська обл.
			Кластер 3	0,4360094	Одеська обл., Харківська обл., Дніпропетровська обл.
Кластер 3	0,6178598	Івано-Франківська обл., Запорізька обл.	Кластер 4	-	Івано-Франківська обл.
			Кластер 5	-	Запорізька обл.
Кластер 4	0,51811828	Херсонська обл., Чернігівська обл., Сумська обл., Рівненська обл., Миколаївська обл., Тернопільська обл., Кіровоградська обл., Житомирська обл., Луганська обл., Донецька обл.	Кластер 6	0,1646387	Херсонська обл., Чернігівська обл., Сумська обл., Рівненська обл., Миколаївська обл., Тернопільська обл., Кіровоградська обл., Житомирська обл.
			Кластер 7	0,0777870	Луганська обл., Донецька обл.
Кластер 5	0,2791814	Полтавська обл., Київська обл., Черкаська обл., Закарпатська обл., Волинська обл., Хмельницька обл., Чернівецька обл., Вінницька обл.	Кластер 8	0,2791814	Полтавська обл., Київська обл., Черкаська обл., Закарпатська обл., Волинська обл., Хмельницька обл., Чернівецька обл., Вінницька обл.

вання суб'єктів туристичної діяльності має стати підґрунтям локальних стратегій та концепцій розвитку ринків, у тому числі і аутентичних, спрямованих на забезпечення сталого, перманентного розвитку в умовах просторової поляризації та інтеграційних процесів.

Список літератури / References

1. Горбань, Г. П. Управління регіональним розвитком туристичної галузі: світовий досвід / Г. П. Горбань // *Економіка и управление*. — 2011. — № 4. — С. 110–113.
Horban, H. P. (2011). *Upravlinnia rehionalnym rozvytkom turystychnoi haluzi: svitovyi dosvid* [Management of the tourism industry regional development: world experience]. *Ekonomika i upravlenije* [Economics and Management], no. 4, pp. 110–113.
2. Комліченко, О. О. Формування та оцінка економічного потенціалу туристичної галузі регіону / О. О. Комліченко, Н. В. Ротань // *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. — 2014. — Вип. 2 (4). — С. 178–182.
Komlichenko, O. O. (2014). *Formuvannia ta otsinka ekonomichnoho potentsialu turystychnoi haluzi rehionu* [Formation and evaluation of the economic potential of the tourism industry of the region]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomika*. [Bulletin of Odessa National University. Series: Economy], no. 2 (4), pp. 178–182.

3. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Х. : ХНАМГ, 2009. — 276 с.

Pysarevskiy, I. M. (ed.) (2009). *Problemy rozvytku turyzmu i hotelnoho hospodarstva: rehionalnyi aspekt* [Problems of tourism and hotel industry development: regional aspect]. Kharkiv, KhNAMH Publ., 276 p.

4. Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку : монографія / [Н. П. Мешко та ін.] ; Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. — Дніпро : Акцент, 2016. — 320 с.

Meshko, N. P. (2016). *Rehionalnyi turizm: stratehia, resursy, perspektyvy rozvytku* [Regional tourism: strategy, resources, development prospects]. Dnipro, Aktsent Publ., 320 p.

5. Школа, І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : монографія / І. М. Школа, Т. М. Ореховська. — Чернівці : Книга-XXI, 2007. — 292 с.

Shkola, I. M. (2007). *Rozvytok turystychnoho biznesu rehionu* [Development of tourism business in the region]. Chernivtsi, Knyha-XXI Publ., 292 p.

6. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2015 році». — Київ : Державна служба статистики України, 2016. — 76 с.

Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2016). *Statystychnyi biuleten «Turystychna diialnist v Ukraini u 2015 rotsi»* [The statistical bulletin «Tourist activity in Ukraine in 2015»]. Kyiv, 76 p.

7. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2011 році». — Київ : Державна служба статистики України, 2012. — 76 с.

Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2012). *Statystychnyi biuleten «Turystychna diialnist v Ukraini u 2011 rotsi»* [The statistical bulletin «Tourist activity in Ukraine in 2011»]. Kyiv, 76 p.

8. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання 2015». — Київ : Державна служба статистики України, 2016. — 445 с.

Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2016). *Statystychnyi zbirnyk «Diialnist subiektiv hospodariuvannia 2015»* [Statistical Yearbook «Business entities in 2015»]. Kyiv, 445 p.

Цель. Целью статьи является проведение кластерного анализа региональных рынков туристических услуг.

Методы. Теоретико-методологической базой исследования стали положения экономической теории, макро- и микроэкономики, теории управления. Для достижения поставленной цели в работе использовались следующие методы исследования: системный и комплексный анализ, расчетно-аналитические и сравнительные методы, экономико-математические методы, методы кластерного анализа, графические и табличные методы.

Результаты. Исследована динамика количества предприятий производителей и дистрибьюторов комплексного туристического продукта Украины по региональному расположению. Осуществлен анализ количества туристов, обслуженных туроператорами и турагентами по регионам Украины. Проведен кластерный анализ национального рынка туристических услуг на основании группировки региональных рынков по показателям функционирования субъектов туристической деятельности. Определен оптимальный состав кластеров региональных рынков туристических услуг, необходимых для более детального и фундаментального анализа рынка, а также разработки локальных концепций и стратегий развития.

Ключевые слова: региональные рынки туристических услуг, туризм, туристическая услуга, туристический продукт, кластерный анализ.

Objective. *The objective of the article is to conduct a cluster analysis of regional tourism services markets.*

Methods. *Theoretical and methodological basis of the study are the provisions of the economic theory, macro- and microeconomics, management theory. To achieve the research goal the following methods are used: system and complex analysis, analytical and comparative methods, economic-mathematical methods, methods of cluster analysis, graphical and tabular methods.*

Results. *The dynamics of the number of the Ukraine integrated tourist product producers and distributors by the regional location are studied. The analysis of the number of tourists served by tour operators and travel agents on the regions of Ukraine is carried out. Cluster analysis of the tourism services national market on the basis of regional markets grouping on indicators of tourism activity subjects functioning is carried out. The optimal composition of clusters of regional tourism services markets is determined, which is necessary for more detailed and fundamental analysis of the market, as well as the development of local concepts and development strategies.*

Key words: *regional tourism services markets, tourism, tourist service, tourist product, cluster analysis.*

Надійшла до редакції 04.12.2017

УДК 005.334-029:364.2"21"(045)

Волошина С. В.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: voloshyna@donnuet.edu.ua

Москаленко К. С.,
аспірант

e-mail: moskalenko@donnuet.edu.ua

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСТВА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ ТА ЇХ ПРІОРИТЕТНІСТЬ

UDC 005.334-029:364.2"21"(045)

Voloshyna S. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: voloshyna@donnuet.edu.ua

Moskalenko K. S.,
PhD student

e-mail: moskalenko@donnuet.edu.ua

GLOBAL PROBLEMS OF THE HUMANITY OF THE 21ST CENTURY AND THEIR PRIORITY

Мета. *Мета статті полягає у встановленні сутнісних характеристик та рейтингуванні глобальних проблем людства у ХХІ столітті (2007–2017 рр.).*

Методи. *Стаття підготовлена із застосуванням загальних і спеціальних методів наукового дослідження економічних процесів, зокрема системного підходу, порівняння, групування, деталізації, узагальнення, формалізації, рейтингування тощо.*

© С. В. Волошина, К. С. Москаленко, 2017