

ПРОСТОРОВА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

©2020 ХАРЧЕНКО О. В.

УДК 338.487
JEL: Q26; L83; Z33

Харченко О. В. Просторова диференціація туристичної привабливості регіонів України

У статті проведено комплексне дослідження проблем просторової диференціації туристичної привабливості в розрізі регіонів України. Визначено основні складові диференціації та виявлено, що оцінка туристичної привабливості окремих регіонів з точки зору просторової диференціації є основою для формування ефективного та прибуткового туристичного бізнесу, визначає особливості та структуру регіонального туристичного продукту, нові туристичні маршрути, формування пріоритетних напрямів тощо. У ході аналізу літературних джерел відомих учених-економістів було зроблено авторське визначення категорії «просторова диференціація» у сфері туризму. Узагальнено основні фактори, що характеризують туристичну привабливість регіонів України, за допомогою яких можна здійснювати оцінку туристичної привабливості відповідних регіонів для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туристичної сфери та подолання просторової диференціації, що дозволить розробити в майбутньому ефективну стратегію сталого розвитку туризму в регіонах. Запропоновано авторське визначення поняття «туристична привабливість регіону», яке враховує всі теоретико-методичні та практичні дослідження проблеми. Визначено методи для вирішення проблем багатовимірного оцінювання та обґрунтовано, що метод таксономічного аналізу відрізняє простота математичного апарату, відсутність будь-яких вимог до сукупності досліджуваних об'єктів, більш зручний масштаб отриманих оцінок, що полегшують аналіз і ранжування об'єктів. Запропоновано схему проведення таксономічного аналізу з використанням факторного аналізу, головною метою якого є скорочення кількості індикаторів і визначення структури взаємозв'язків між ними. Розроблено матрицю стандартизованих значень індикаторів та зроблено висновок, що використання економіко-математичної моделі, яку оснований на таксономічному аналізі, дозволяє сформувати обґрунтовані набори індикаторів та одержати рейтинги регіонів України за рівнем економічної складової туристичної привабливості. Практичне застосування цього методу показано у визначенні прогресивних і депресивних регіонів України у сфері надання туристичних послуг.

Ключові слова: просторова диференціація, таксономічний аналіз, туристична привабливість, індикатор, регіони України.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-209-216>

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 11.

Харченко Оксана Володимирівна – аспірантка кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: Voc-tour@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1162-1681>

UDC 338.487
JEL: Q26; L83; Z33

Kharchenko O. V. The Spatial Differentiation of Tourist Attractiveness of Ukrainian Regions

The article undertakes a comprehensive study of problems of spatial differentiation of tourist attractiveness in terms of Ukrainian regions. The main components of differentiation are defined and it is identified that the assessment of tourist attractiveness of certain regions in terms of spatial differentiation is the basis for the formation of an efficient and profitable tourism business, it determines the peculiarities and structure of the regional tourist product, new tourist routes, formation of priority directions, etc. In the course of an analysis of literary sources of famous scientists-economists, the author's definition of the category of «spatial differentiation» in the sphere of tourism was elaborated. The article sums up the main factors that characterize the tourist attractiveness of the regions of Ukraine, through which it is possible to assess the tourist attractiveness of the respective regions to identify the most promising directions of development of the tourism sphere and overcome spatial differentiation, which will allow developing an effective strategy for sustainable development of tourism in the regions in the future. The author's definition of «tourist attractiveness of region» is proposed, which takes into account all theoretical-methodological and practical researches of the problem. Methods for solving problems of multidimensional assessment are defined and it is substantiated that the method of taxonomic analysis distinguishes the simplicity of the mathematical apparatus, the absence of any requirements for the set of the objects studied, a more convenient scale of the received estimates, making it easier to analyze and rank objects. The scheme of taxonomic analysis using factor analysis is proposed, the main purpose of which is to reduce the number of indicators and determine the structure of the relationships between them. The matrix of standardized indicator values was developed and it was concluded that the use of the economic-mathematical model, which is based on taxonomic analysis, allows forming reasonable sets of indicators and getting ratings of regions of Ukraine by the level of the economic component of tourist attractiveness. Practical application of this method is shown in the definition of progressive and depressed regions of Ukraine in the sphere of provision of tourist services.

Keywords: spatial differentiation, taxonomic analysis, tourist attractiveness, indicator, regions of Ukraine.

Fig.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 11.

Kharchenko Oksana V. – Postgraduate Student of the Department of Business Economics, Business Administration and Regional Development, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: Voc-tour@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1162-1681>

Ключовим фактором ефективного розвитку регіону в конкурентній боротьбі за підвищення кількості туристів виступає туристична привабливість. Підходи з використанням сучасних

технологій маркетингу передбачають чітку диференціацію регіону, що складається з виявлення та/або створення унікальних рис, властивостей та умов як базису туристичної привабливості. Основні складо-

ві диференціації пов'язані з такими характерними особливостями та рисами: архітектура, історія, природа, клімат, географічне положення, національний колорит, відомі особистості, ремесла та промисли, підприємства, мова, кухня та гастрономія, знаменитості, творчі колективи, менталітет, звички, таланти, місцеві традиції дозвілля, місцеві свята, культурні, наукові, спортивні, ділові події, оригінальна туристична інфраструктура для відвідування та відпочинку, торгові зони та шопінг-центри тощо.

Але слід відзначити, що великі туристичні ресурси, які мають регіони України, не дають гарантії успішного розвитку туристичної індустрії. Отже, оцінка туристичної привабливості окремих регіонів з точки зору просторової диференціації є основою для формування ефективного та прибуткового туристичного бізнесу, визначає особливості та структуру регіонального туристичного продукту, нові туристичні маршрути, формування пріоритетних напрямів тощо.

Проблемами оцінки туристичної привабливості України займалися багато вчених-економістів, а саме: Паршин Ю., Сорока І., Тарасенко А., Борушак М., Колесник О., Омуш М., Бойко М., Давидова О., Тонкошкур М., Богдан Н., Горіна Г., Андренко О., Бородкин Ф. та інші. Проте ще й досі немає єдиної методики для комплексної оцінки туристичної привабливості з урахуванням аспекту просторової диференціації регіонів України, що зумовлює актуальність і значущість проведення дослідження цих проблем з використанням сучасних надбань у сфері туристичного бізнесу України

Мета статті полягає в дослідженні просторової диференціації туристичної привабливості з використанням сучасного понятійно-категорійного апарату для визначення проблеми та оптимізаційних методів оцінки та використанням інтегрального індексу, що характеризує економічну складову туристичної привабливості регіонів України.

У сучасному світі туризм є галуззю, що постійно активно розвивається та має велике значення для зростання фінансово-економічних, соціальних та інших складових розвитку багатьох країн світу. Підтвердженням цієї гіпотези є те, що темпи зростання туристичної індустрії випереджають темпи зростання більшості галузей національної економіки.

Однією із основних характерних особливостей туристичної діяльності вважається приналежність до певної території або регіону, які мають різні характеристики. Згідно зі світовою практикою туристична привабливість в аспекті просторової диференціації в регіонах визначається найбільшим попитом серед туристів у конкретних регіонах.

За допомогою оцінки туристичної привабливості регіонів країни державні уповноважені органи можуть ефективно регулювати та визначати пріоритетні види туризму для диференційованого стимулю-

вання розвитку окремих регіонів, що буде сприяти формуванню та просуванню туристичного продукту на національному та світовому ринках.

Треба зазначити, що для успішності проведення дослідження необхідно, перш за все, надати комплексне визначення категорії «просторова диференціація» для потреб туристичної галузі.

Аналіз джерел [1–3] дозволив зробити таке визначення просторової диференціації в галузі туризму: це нерівномірність розвитку ринку туристичних послуг, яку викликано значними відмінностями в розподілі природних ресурсів, у кліматичних особливостях регіонів, культурно-історичній спадщині міст і областей, нерівномірним розміщенням транспортної, комунікаційної, курортно-розважальної інфраструктури та диспропорцією розподілу рекреаційних ресурсів.

Спираючись на визначення категорії «просторова «диференціація», можна провести дослідження сутності туристичної привабливості в розрізі територій регіонів.

У загальному сенсі привабливою з точки зору туризму можна вважати територію регіону, яка користується популярністю в туристів, тобто є туристичним центром. Зазначимо, що потрібно розрізняти поняття «туристичний центр» і «центр туризму». Центр туризму має більш вузьке значення та характеризується місцевістю, яка розташована на базі туристичних ресурсів та де створено комплекс туристичного обслуговування. Тоді як туристичний центр є територією, яка приваблює туристів завдяки туристичним ресурсам, відносним зручностям транспортно-географічного положення та доступної для туриста інформації про неї.

Цікавою є думка Борушак М. [4], який вважає, що в основі виникнення різноманітних підходів до визначення поняття «туристичний регіон» лежить селективний вибір туристичних ознак, детальний аналіз яких дозволив автору поділити їх на чотири групи, а саме:

1. Туристичний регіон у звичайному сенсі визначається певною туристичною ознакою (наприклад, наявністю туристичного потенціалу, унікальних природних чи історико-культурних пам'яток тощо) [4, с. 7].
2. Туристичним може вважатися лише той регіон, у якому обов'язково виробляється туристичний продукт [4, с. 7].
3. Щоб називатися туристичним регіоном, територія повинна відповідати основним вимогам: вона повинна мати об'єкти туристського інтересу (пам'ятки історії та культури, музеї, природні атракції тощо); в її межах має існувати можливість надання необхідних для задоволення потреб туристів послуг такої якості, на яку очікує клієнт (транспортне обслугову-

вання, умови для проживання, організація дозвілля з відповідним рівнем обслуговування) [4, с. 7].

4. Регіон слід вважати туристичним, якщо використання та реалізація туристичних ресурсів здійснюється у відповідному обсязі, а набір пропонованих туристичних послуг є значно ширшим від мінімально необхідного, з урахуванням специфіки конкретного туристичного регіону [4, с. 7].

Існує багато тлумачень поняття «туристична привабливість регіону». Найбільш інформативними, на нашу думку, є такі: Колесник О. О. визначає це поняття як «територію, що користується популярністю у туристів і перетворюється на туристичний центр, приваблює туристів завдяки наявності в її межах специфічних туристичних ресурсів, зручностей транспортно-географічного розташування та доступної для туриста інформації про неї» [5, с. 22]. Омуш М. О. вважає, що туристично привабливою є територія, яка має потенціал для розвитку туризму, сукупність економічних і психологічних характеристик регіональних туристичних комплексів, що відповідають попиту, потребам туристів, вимогам інвесторів і забезпечують досягнення передбачуваного соціально-економічного ефекту [6, с. 7].

Треба зазначити, що у визначеннях туристичної привабливості регіонів, запропонованих у вітчизняних працях, часто не враховано всі фактори, що впливають на туристичну привабливість території, Тому на *рис. 1* згрупуємо ці фактори для регіонів України та надамо їм коротку характеристику.

За допомогою визначених на *рис. 1* факторів можливо здійснювати оцінку туристичної привабливості відповідних регіонів для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туристичної сфери та подолання просторової диференціації, що дозволить розробити в майбутньому ефективну стратегію сталого розвитку туризму в регіонах. Це, своєю чергою, підвищить загальну туристичну привабливість країни на світовому туристичному ринку послуг.

Враховуючи проведені вище дослідження, можна запропонувати таке визначення поняття «туристична привабливість регіону» – це сукупність географічних, економічних, фінансових і політичних факторів певного регіону, які спрямовані на задоволення потреб споживачів туристичних послуг і дозволяють досягати максимального фінансово-економічного, соціального та політичного ефекту для населення як окремого регіону, так і України в цілому.

Незважаючи на достатньо обґрунтований теоретико-методичний базис дослідження туристичної привабливості регіонів, немає єдиного методичного підходу до оцінювання окремих складових туризму та суміжних процесів у межах привабливості регіонів та територій. Це пов'язане, насамперед, з тим,

що об'єктивно оцінити туристичну привабливість є досить складним завданням, адже спостерігається просторова диференціація регіонів у межах їх туристичної інфраструктури за географічним положенням, економічним і соціально-культурним розвитком, ресурсним потенціалом тощо.

Бойко М. наполягає, що «у сучасних умовах виникає об'єктивна необхідність перенесення центру економічної відповідальності щодо вирішення проблем розвитку сфери туризму на регіональний рівень, тобто рівень, на якому розв'язання цієї проблеми наповнюється реальним змістом і прив'язано до умов тієї або іншої території з урахуванням наявних туристичних і рекреаційних ресурсів, реально існуючих соціально-економічних можливостей» [7].

Проведення якісної оцінки туристичної привабливості регіонів України набуває значної актуальності, адже результати його оцінювання дозволять виявляти фактори, що негативно впливають на розвиток туристичної діяльності регіонів.

На думку Бойко М., «дослідження та оцінка просторової диференціації туристичного потенціалу повинно бути сконцентровано на визначенні та оцінці ресурсного, споживчого й інфраструктурного показників, які формують її мультиресурсний потенціал» [7], причому інтегральний показник туристичного потенціалу визначається як лінійна комбінація перерахованих вище показників із заданими ваговими коефіцієнтами. Результати оцінювання показали, що, незважаючи на регіональну нерівномірність розвитку туризму, регіони України мають можливості для розвитку як усередині, так і з огляду на зовнішню модель туризму.

У роботі Давидової О. Г. [8] надано порівняльний аналіз існуючих методів оцінювання туристичної привабливості. Запропоновано методичний підхід, що базується на поетапному використанні факторного та кластерного аналізу з метою побудови індексу туристичної привабливості регіонів, який визначається сумою чотирьох компонент:

- ✦ наявність матеріально-технічної бази для відпочинку та оздоровлення;
- ✦ умови перебування;
- ✦ рівень розвитку інфраструктури;
- ✦ культура та екологія.

У роботі Тонкошкура М. В. [9] отримано результати експертних оцінок стосовно залежності розвитку видів туризму від певних ресурсів. Показано необхідність формування методики дворівневого дослідження регіонального туристичного комплексу з метою визначення можливостей і перспективних напрямів розвитку туризму в регіоні.

Богдан Н. М., Рябев А. А. [10] запропонували обчислювати інтегральний показник туристичної привабливості регіонів на основі п'яти кількісних (площа, яку займають туристичні ресурси; кількість антропо-

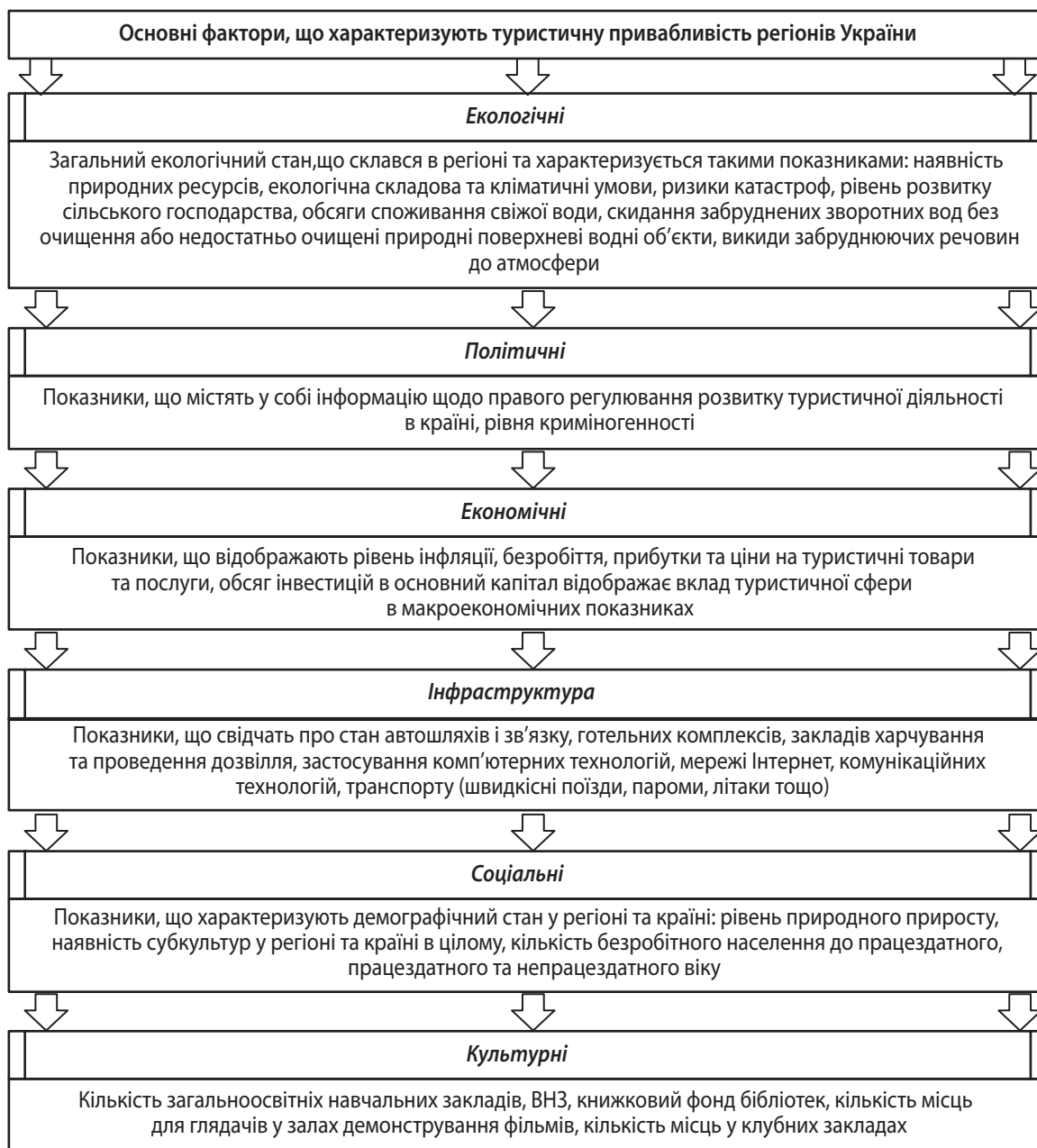


Рис. 1. Основні фактори, що характеризують туристичну привабливість регіонів України

генних, біосоціальних і подієвих ресурсів; кількість колективних засобів розміщення; інвестиції в основний капітал готелів і ресторанів; середня вартість туристичних послуг на 1 особу) та п'яти якісних (якість рекламно-інформаційних послуг; атрактивність історико-культурних пам'яток; якість навколишнього природного середовища; економічна привабливість регіону; політична стабільність регіону) показників за допомогою статистично-експертного методу.

У монографії Горіної Г. О. [11, с. 228–229] для більш ґрунтовного та детального аналізу регіональних ринків туристичних послуг, дослідження їх розвитку в умовах просторової поляризації застосовано кластерний аналіз, заснований на регіональних ринках туристичних послуг. Ознаками, за якими здій-

снено групування, 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.

При вирішенні проблем багатовимірного оцінювання найчастіше використовують методи кластерного, дискримінантного, факторного, компонентного і таксономічного аналізу. Серед зазначених методів слід особливо відзначити метод таксономічного аналізу, який відрізняє простота ма-

Таблиця 1

Індикатори, які характеризують економічну складову туристичної привабливості регіону

j	Область	P_{j1}	P_{j2}	P_{j3}
1	Вінницька	-0,1794	-0,3851	-0,5286
2	Волинська	-0,2351	-0,9668	-0,7459
3	Дніпропетровська	-0,2489	0,4623	-0,0043
4	Донецька	-0,2572	0,0960	-0,1906
5	Житомирська	-0,2603	-0,3240	-0,5312
6	Закарпатська	-0,2236	-1,0033	-0,4504
7	Запорізька	-0,2343	0,7407	-0,1191
8	Івано-Франківська	0,2716	1,1235	4,4285
9	Київська	-0,1936	2,2132	0,7149
10	Кіровоградська	-0,2590	-1,1791	-0,7392
11	Луганська	-0,2529	-0,7111	-0,6085
12	Львівська	0,0177	1,2495	0,2388
13	Миколаївська	-0,2605	-0,3962	-0,4423
14	Одеська	-0,1500	-0,1056	0,1949
15	Полтавська	-0,2671	-0,1509	0,4837
16	Рівненська	-0,2457	2,2578	-0,0109
17	Сумська	-0,2717	0,0058	0,2528
18	Тернопільська	-0,2589	-1,6111	-1,0286
19	Харківська	-0,2224	0,0895	-0,0416
20	Херсонська	-0,1594	-0,1601	-0,1924
21	Хмельницька	-0,2680	-1,6633	-0,5237
22	Черкаська	-0,2190	-0,9415	-0,3294
23	Чернівецька	-0,2310	0,3663	-0,2231
24	Чернігівська	-0,2585	0,8267	-0,2449
25	м. Київ	4,8674	0,1667	0,6412

тематичного апарату, відсутність будь-яких вимог до сукупності досліджуваних об'єктів, більш зручний масштаб отриманих оцінок, що полегшують аналіз і ранжування об'єктів.

У теорії таксономічного аналізу виділяють два основні алгоритми, які засновані на розрахунку таксономічного показника, що відображає ступінь наближення кожного окремого об'єкта до ідеалу (класичний алгоритм) і ступінь його віддаленості від антиеталона (модифікований алгоритм).

Таксономічний аналіз виконується за такою технологічною схемою, запропонованою на рис. 2.

У представленому дослідженні запропоновано побудувати таксономічний показник, що характеризує економічну складову туристичної привабливості регіону. Для аналізу просторової диференціації рівня туристичної привабливості регіонів України спочатку було обрано такі показники:

- ✦ кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами;
- ✦ середньооблікова кількість штатних працівників/кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами;
- ✦ чистий дохід від надання туристичних послуг/кількість суб'єктів туристичної діяльності;
- ✦ операційні витрати суб'єктів туристичної діяльності;
- ✦ середньооблікова вартість однієї путівки, реалізованої в межах України;
- ✦ середньооблікова вартість одного туродня за реалізованими путівками в межах України;
- ✦ кількість розміщених до кількості місць у колективних засобах розміщування.

Було використано факторний аналіз, головною метою якого є скорочення числа індикаторів і визначення структури взаємозв'язків між ними. Вихідною точкою в аналізі є матриця коефіцієнтів кореляції між потенційними ознаками, що дозволило, після послідовного вилучення відповідних рядків та стовпців матриці, отримати новий набір некорельованих індикаторів, які характеризують:

P_{j1} – чистий дохід від надання туристичних послуг / кількість суб'єктів туристичної діяльності;

P_{j2} – середньооблікова вартість однієї путівки, реалізованої в межах України;

P_{j3} – середньооблікова вартість одного туродня за реалізованими путівками в межах України.

У табл. 1 надано матрицю стандартизованих значень індикаторів.

Розрахунки таксономічного показника згідно з алгоритмом, наведеним на рис. 2, дають можливість оцінити економічну складову туристичної привабливості регіону станом на початок 2020 р. (рис. 3).

З рис. 3 можна зробити висновок, що такі регіони, як Київська, Івано-Франківська, Львівська, Одеська, Рівненська області мають досить високий

показник, причому м. Київ очікувано значно випереджає інші регіони. Серед аутсайдерів опинилися Луганська, Волинська, Кіровоградська та Хмельницька області. Отже, підвищення туристичної привабливості у відсталих регіонах України є пріоритетним завданням державної, регіональної та муніципальної політики у сфері туризму.

ВИСНОВКИ

У наведеному дослідженні оцінки впливу просторової диференціації на туристичну привабливість регіонів України були отримані такі теоретичні та практичні результати:

1. Надано комплексне визначення поняття «просторова диференціація», яка являє собою нерівномірність розвитку ринку туристичних послуг, що викликано значущими відмінностями в розподілі природних ресурсів та кліматичних особливостях регіонів, обумовлено культурно-історичною спадщиною

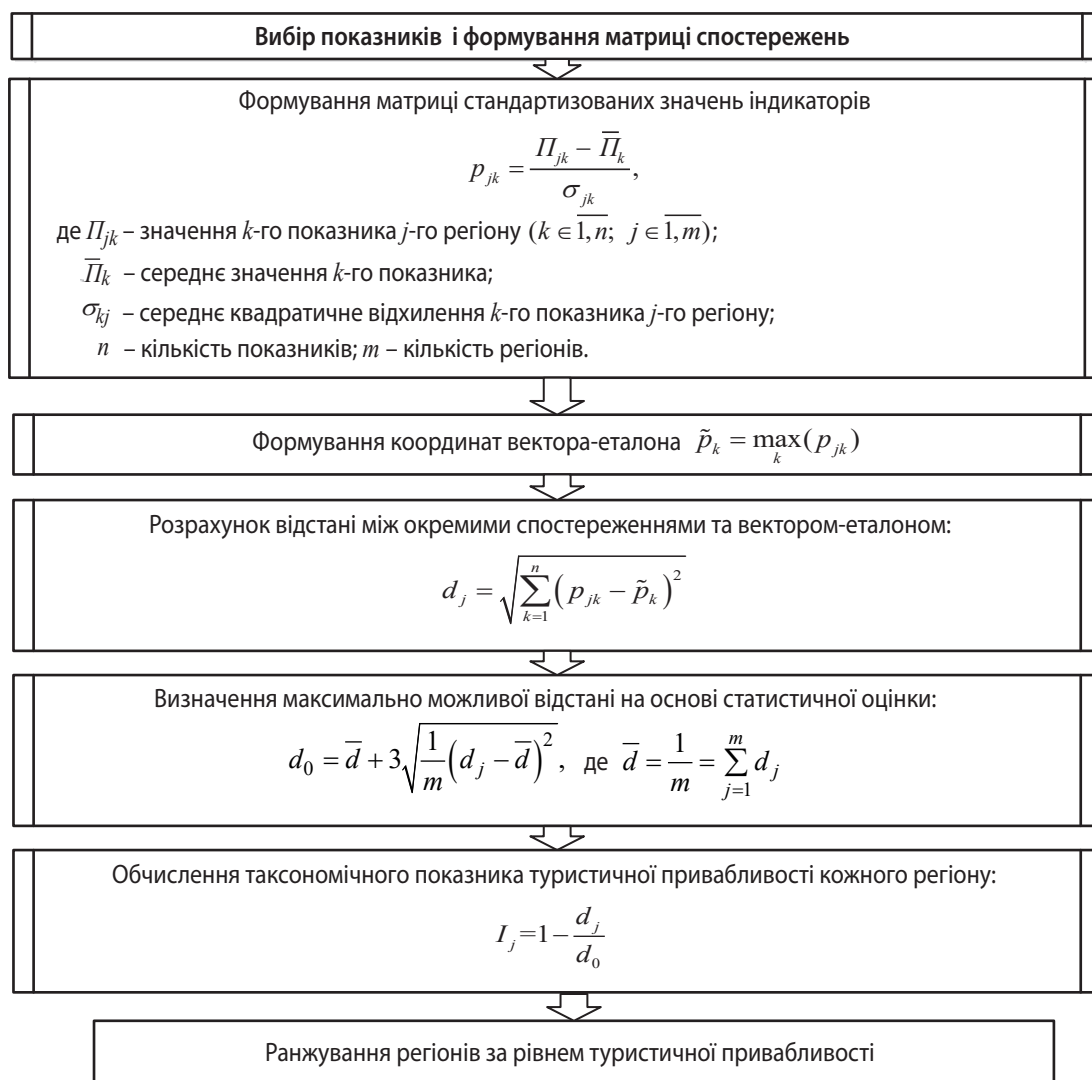


Рис. 2. Схема проведення таксономічного аналізу

міст і областей, нерівномірним розміщенням транспортної, комунікаційної, курортно-розважальної інфраструктури та диспропорцією розподілу рекреаційних ресурсів.

2. Узагальнено підходи до визначення поняття «туристична привабливість» у розрізі регіону та надано авторське визначення, яке включає в себе основні фактори, що характеризують туристичну привабливість регіонів України та способи їх застосування для дослідження та оцінки туристичної привабливості регіонів України з урахуванням просторової диференціації.
3. Використання економіко-математичної моделі, яка оснований на таксономічному аналізі, дозволяє сформулювати обґрунтовані набори індикаторів та одержати рейтинги регіонів України за рівнем економічної складової туристичної привабливості. Визначено прогресивні та депресивні регіони України у сфері надання туристичних послуг.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути теоретико-методичною базою для подальшої оцінки туристичної привабливості регіонів України з урахуванням аспекту просторової диференціації. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Паршин Ю. І. Оцінка нерівномірності економічного розвитку за індикаторами поляризації та асиметрії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 24. С. 28–33. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2014/8.pdf
2. Сорока І. В. Сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Вип. 111. Ч. II. С. 266–273.
3. Тарасенок А. І. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации : учеб.-метод. пособие. Минск : РИПО, 2014. 144 с.
4. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Львів, 2008. 28 с.

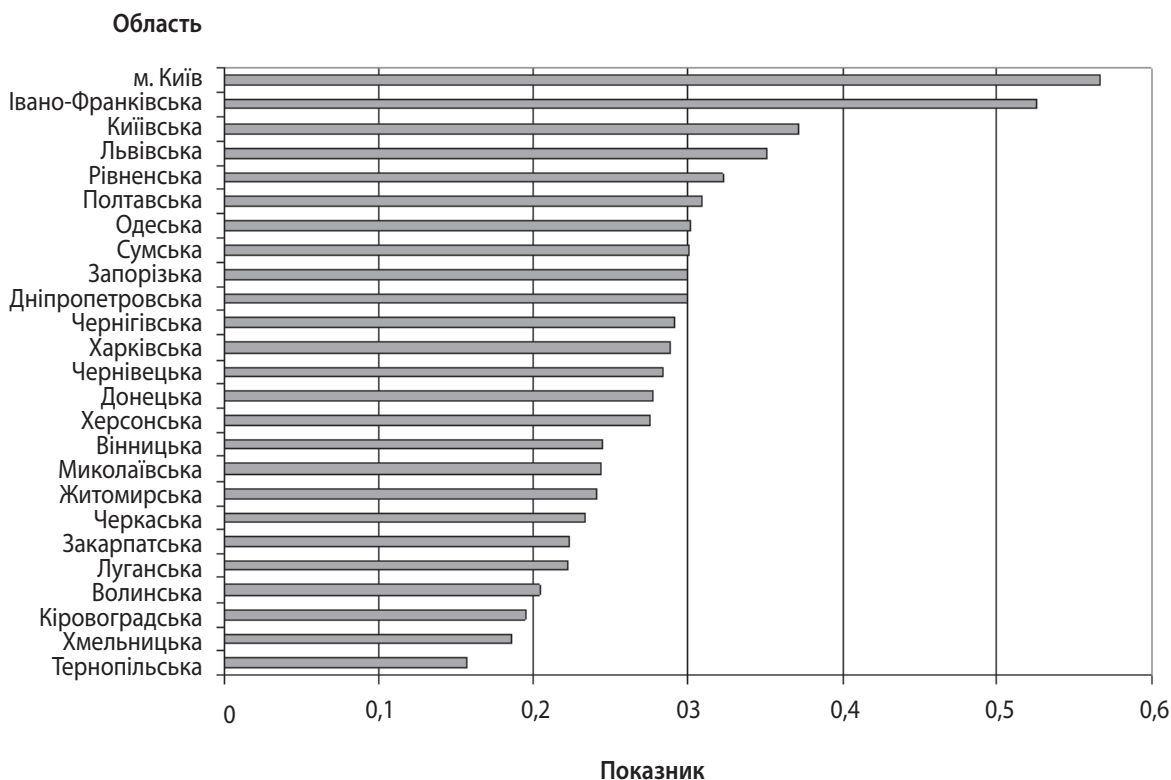


Рис. 3. Розподіл регіонів за рівнем економічної складової туристичної привабливості

- Колесник О. О. Економічна оцінка туристичної привабливості України. *Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки»*. 2010. № 1. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm
- Омуш М. О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.10.01. Харків, 2003. 19 с.
- Бойко М. Диференціація туристичного потенціалу дестинацій. *Вісник КНТЕУ*. 2013. № 5. С. 19–30. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2013/05/2.pdf>
- Давидова О. Г. Методи оцінювання туристичної привабливості регіонів країни. *Український соціум*. 2015. № 4. С. 97–107. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/97-107__no-4__vol-55__2015__UKR.pdf
- Тонкошкур М. В. Формування методики оцінювання ресурсного потенціалу регіонального туристичного комплексу. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 45. Ч. II. С. 46–52. DOI: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.2.45.2017.128735>
- Богдан Н. М., Рябев А. А. Готельне господарство як інфраструктурна складова туристичної привабливості регіонів України. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 263–272. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/42.pdf
- Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації : монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д. О., 2016. 305 с.

REFERENCES

- Bohdan, N. M., and Riabiev, A. A. "Hotelne gospodarstvo yak infrastruktorna skladova turystychnoi pryvablyvosti rehioniv Ukrainy" [Hotel Industry as an Infrastructure Component of the Tourist Attractiveness of the Regions of Ukraine]. *Infrastruktura rynku*, is. 30 (2019): 263-272. http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/42.pdf
- Boiko, M. "Dyferentsiatsiia turystychnoho potentsialu destynatsii" [Spatial Differentiation of Tourist Potential of Destinations]. *Visnyk KNTEU*, no. 5 (2013): 19-30. <http://visnik.knute.edu.ua/files/2013/05/2.pdf>
- Borushchak, M. "Stratehiia rozvytku turystychnykh rehioniv" [Strategy for the Development of Tourist Regions]: *dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.05*, 2008.
- Davydova, O. H. "Metody otsiniuvannya turystychnoi pryvablyvosti rehioniv krainy" [The Evaluation Methods of Tourist Attractiveness of the Regions of Country]. *Ukrainskyi sotsium*, no. 4 (2015): 97-107. https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/97-107__no-4__vol-55__2015__UKR.pdf
- Horina, H. O. *Rynok turystychnykh posluh: upravlinnia rozvytkom v umovakh prostоровoi poliaryzatsii* [Tourism Services Market: Development Management in Terms of Spatial Polarization]. Kryvyi Rih: Vydavets FOP Cherniavskyyi D. O., 2016.
- Kolesnyk, O. O. "Ekonomichna otsinka turystychnoi pryvablyvosti Ukrainy" [Economic Estimation of Tourist Attractiveness of Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 1 (2010). https://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm

- Omush, M. O. "Stratehiiia dyversyfikovanoho rozvytku turystyckoho kompleksu v rehionalnii ekonomitsi (na prykladi Iordanii)" [Strategy of Diversified Development of the Tourist Complex in the Regional Economy (On the Example of Jordan)]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk*: 08.10.01, 2003.
- Parshyn, Yu. I. "Otsinka nerivnomirnosti ekonomichnoho rozvytku za indykatory poliaryzatsii ta asymetrii" [Estimation of Unevenness of Economic Development by the Polarization and Asymmetry Indicators]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 24 (2014): 28-33. http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2014/8.pdf
- Soroka, I. V. "Suchasni tendentsii mizhnarodnoho rynku turystychnykh posluh" [Current Trends in the International Market of Tourist Services]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, vol. II, no. 111 (2012): 266-273.
- Tarasenok, A. I. *Geoekonomicheskiiy mekhanizm obespecheniya konkurentosposobnosti turisticheskoy destinatsii* [Geoeconomic Mechanism for Ensuring the Competitiveness of a Tourist Destination]. Minsk: RIPO, 2014.
- Tonkoshkur, M. V. "Formuvannia metodyky otsiniuvannia resursnoho potentsialu rehionalnoho turystychnoho kompleksu" [Formation of Methods for Estimation of Resource Potential of Regional Tourism Complex]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. II, no. 45 (2017): 46-52.
DOI: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.2.45.2017.128735>