

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-26>

УДК 338.48:330.43

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SERVICES MARKET IN UKRAINE BASED ON STATISTICAL METHODS

Крупа Оксана Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри туризму, рекреації та краєзнавства,
Львівський національний університет ветеринарної
медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3512-6925>

Krupa Oksana

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary
Medicine and Biotechnologies

У нашій статті розглянуто теоретичні та методичні засади аналізу розвитку ринку туристичних послуг на основі статистичних методів, що дає змогу забезпечити об'єктивну оцінку динаміки та структури цієї сфери. Визначено місце ринку туристичних послуг у системі національної економіки, показано його вплив на зайнятість населення, інфраструктурний розвиток та формування доходів суб'єктів господарювання. Обґрунтовано необхідність системного використання статистичних методів у процесі прийняття рішень органами державної влади, місцевого самоврядування та підприємствами туристичного бізнесу, а також підкреслено їх роль у формуванні довгострокових стратегій розвитку туризму. Обґрунтовано актуальність удосконалення статистичної інформаційної бази за рахунок поєднання офіційної державної статистики з вибірковими соціологічними обстеженнями, даними систем онлайн бронювання та іншими джерелами великих масивів даних з урахуванням вимог до надійності і репрезентативності інформації.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, статистичні методи аналізу, туристичні потоки, статистичні показники, сегментація споживачів, туризм.

The purpose of the article is to scientifically substantiate approaches to the analysis of the development of the tourist services market based on statistical methods and to formulate recommendations for using the results of such analysis in the management of the tourism industry. The object of the study is the tourist services market as a set of economic relations between consumers, tourism business entities and state authorities that form the offer of the tourist product. Our article considers the theoretical and methodological principles of the analysis of the development of the tourist services market based on statistical methods, which allows for an objective assessment of the dynamics and structure of this sphere. The place of the tourist services market in the system of the national economy is determined, its impact on population employment, infrastructure development and the formation of income of business entities is shown. The necessity of systematic use of statistical methods in the decision-making process by state authorities, local governments and tourism business enterprises is substantiated, and their role in the formation of long-term strategies for tourism development is also emphasized. The relevance of improving the statistical information base by combining official state statistics with sample sociological surveys, data from online booking systems and other sources of large data sets is substantiated, taking into account the requirements for reliability and representativeness of information. Key areas for improving the quality of analytical support for management decisions in the tourism sector are identified, which concern expanding the set of indicators, reducing time lags in data publication, developing analytical tools for small and medium-sized businesses, and integrating the results of statistical analysis into the strategic planning process. It has been established that the consistent application of statistical methods of analysis of the development of the tourism services market creates the basis for the formation of a sustainable and competitive tourism industry, capable of adapting to external shocks and long-term structural changes, and also opens up prospects for further research taking into account the spatial and behavioral aspects of tourism development.

Keywords: tourism services market, statistical methods of analysis, tourist flows, statistical indicators, consumer segmentation, tourism.

Постановка проблеми. Туризм виступає важливою складовою національної економіки, впливає на зайнятість, розвиток інфраструктури, сферу послуг і формування іміджу країни. Водночас ринок туристичних послуг дуже чутливий до економічних криз, змін доходів населення, політичної нестабільності, епідеміологічних викликів, затяжних бойових дій, а також до трансформації споживчих уподобань. Відтак, це створює потребу в системному науковому підході до вивчення тенденцій, структурних змін і динаміки ринку на основі об'єктивних кількісних даних, що можуть забезпечити лише статистичні методи аналізу. Важливість обраної теми полягає в тому, що використання статистичних методів дає змогу здійснювати обґрунтовану оцінку стану та перспектив розвитку туристичного ринку, виявляти закономірності попиту й пропозиції, сегментувати туристів за різними критеріями, а також прогнозувати зміни у структурі туристичних потоків. Це створює основу для прийняття виважених управлінських рішень органами державної влади, місцевого самоврядування і суб'єктами підприємництва у сфері туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-практичні дослідження ринку туристичних послуг можна умовно поділити на кілька напрямів, що стосуються теоретичного осмислення категоріального апарату, аналізу національних особливостей розвитку туризму, вивчення міжнародних тенденцій та інноваційних трансформацій галузі [1-10]. Наприклад, Т. Ткаченко та Ю. Забалдіна [5] зазначають, що еволюція базових термінів сучасного туризмознавства пов'язана із зміною підходів до трактування понять туризму, туристичного продукту, туристичних послуг і туристичної інфраструктури. Значний внесок у дослідження національної специфіки розвитку ринку туристичних послуг зробили К. Глубоченко та О. Дорошенко [1]. Автори зосереджують увагу на аналізі сучасного стану ринку та перспектив туристичних послуг в Україні, використовуючи статистичні показники динаміки туристичних потоків, структури споживання та фінансових результатів суб'єктів туристичної діяльності. Н. Трусова та С. Цвілий [2] розглядають безпечний стан інноваційного розвитку туристичної індустрії та акцентують увагу на взаємозв'язку між упровадженням інновацій, рівнем ризиків для суб'єктів господарювання і макроекономічною стабільністю. Міжнародний аспект розвитку ринку туристичних послуг представлено у працях І. Сороки [3] та В. Мацуки [4]. Відтак,

І. Сорока [3] аналізує сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг і звертає увагу на глобалізаційні процеси, зміну структури попиту, посилення конкуренції між країнами за туристичні потоки.

Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри наявність значної кількості наукових досліджень, присвячених проблематиці, сьогодні досі існує нестача поглиблених досліджень щодо аналізу розвитку ринку туристичних послуг на основі статистичних методів.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у науковому обґрунтуванні підходів до аналізу розвитку ринку туристичних послуг на основі статистичних методів та у формуванні рекомендацій щодо використання результатів такого аналізу в управлінні туристичною галуззю. Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг як сукупність економічних відносин між споживачами, суб'єктами туристичного бізнесу та органами державної влади, що формують пропозицію туристичного продукту.

Виклад основних результатів дослідження. Сьогодні, ринок туристичних послуг розглядають як систему взаємодії споживачів, туристичних підприємств, державних і місцевих органів влади, а також супровідних галузей економіки [3-4]. Він включає туроператорів, турагентів, готелі, ресторани, транспортні компанії, об'єкти культурної та природної спадщини, розважальні заклади. Для його наукового аналізу важливо чітко визначити, що саме оцінюється, наприклад обсяги туристичних потоків, структура витрат туристів, тривалість подорожей, популярність напрямків, сезонність, частка внутрішнього та в'їзного туризму. Статистичні методи дають змогу перетворити розрізнені дані про подорожі людей, доходи бізнесу і бюджетні надходження на узгоджену інформацію про тенденції та закономірності розвитку ринку (табл. 1).

Базою для такого роду аналізу є система статистичних показників. До неї належать кількість туристів за видами туризму, обсяги реалізованих турів, завантаженість готелів, середні витрати на одного туриста, структура послуг, що користуються попитом. На практиці широко застосовують аналіз рядів динаміки для виявлення трендів, сезонних коливань та циклічних змін, індексний аналіз для оцінювання змін цін і фізичних обсягів послуг, кореляційно регресійний аналіз для встановлення зв'язків між доходами населення, цінами, транспортною доступністю та обсягами туристичних потоків (табл. 2).

Таблиця 1

Основні потреби в системному аналізі ринку туристичних послуг

Напрямок потреби	Сутність та зміст
Формування достовірної та повної інформаційної бази	Ринку туристичних послуг потрібна стабільна система збору статистичних даних, яка охоплює внутрішній, в'їзний і виїзний туризм, різні види подорожей, рівень завантаженості засобів розміщення, структуру витрат туристів. Потрібні єдині класифікації видів послуг і категорій туристів, регулярне оновлення інформації
Виявлення та пояснення структурних змін ринку	Ринок туристичних послуг постійно змінюється під впливом економічних, соціальних, технологічних і політичних чинників, що проявляється у зміні структури попиту, популярності окремих напрямів, частки коротких поїздок, зростанні ролі внутрішнього туризму, розвитку нових форматів відпочинку
Підтримка управлінських рішень у державній політиці та бізнесі	Результати статистичного аналізу мають перетворюватися на практичні орієнтири для органів влади, органів місцевого самоврядування, туроператорів і готельних мереж. Виникає потреба пов'язати аналітику з плануванням маркетингових кампаній, розробленням регіональних програм розвитку туризму
Порівняльність національних та міжнародних результатів аналізу	Туристичний ринок розвивається у глобальному середовищі, тому системний аналіз потребує можливості зіставляти дані різних країн і регіонів. Потрібні уніфіковані показники, гармонізовані методики збору та обробки даних, використання міжнародних класифікацій видів діяльності і послуг

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2

Ключові статистичні методи проведення аналізу ринку туристичних послуг

Статистичний метод	Призначення в аналізі ринку туристичних послуг	Приклади показників та практичне використання
Аналіз рядів динаміки	Дозволяє простежити зміну основних показників ринку туристичних послуг у часі, виділити довгостроковий тренд, сезонні коливання та можливі циклічні коливання	Використовуються дані про кількість туристів у розрізі років і кварталів, обсяги реалізованих турів, завантаженість готелів, середню тривалість подорожей, середні витрати на одного туриста
Індексний аналіз	Використовується для оцінювання змін складних явищ, коли необхідно відокремити вплив цінових та кількісних чинників. У ринку туристичних послуг це дає змогу зрозуміти, чи зростання доходів підприємств пов'язане з реальним збільшенням кількості туристів, чи лише з підвищенням цін на послуги	Розраховуються індекси фізичного обсягу туристичних послуг, індекси цін на розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування, індекси вартості середнього туристичного пакета. Такі індекси застосовують для аналізу доступності туризму для різних груп населення
Кореляційно-регресійний аналіз	Дає можливість встановити статистичні зв'язки між показниками ринку туристичних послуг та зовнішніми соціально-економічними чинниками. На цій основі формуються моделі, які пояснюють, як змінюється попит на туристичні послуги залежно від доходів населення, рівня урбанізації, транспортної доступності, якості інфраструктури, безпекових характеристик чи індексів ділової активності	У практиці аналізу можуть досліджуватися зв'язки між кількістю внутрішніх туристів і середньомісячними доходами домогосподарств, між обсягом в'їзного туризму і курсом національної валюти, між тривалістю перебування туристів і рівнем розвитку інфраструктури розваг

Джерело: сформовано автором

Сучасні дослідження ринку туристичних послуг активно використовують методи сегментації та кластерного аналізу, що дає змогу значно глибше зрозуміти структуру попиту

та поведінку різних груп споживачів. Завдяки цьому дослідники та практики можуть виділяти групи туристів за мотивацією подорожей, віком, рівнем доходів, стилем спожи-



Рис. 1. Роль прогнозування для аналізу ринку туристичних послуг

Джерело: сформовано автором

вання послуг, чутливістю до цін, частотою подорожей, тривалістю перебування, перевагами щодо типу розміщення та додаткового сервісу. На основі таких даних формуються більш адресні пропозиції, пакетні тури, програми лояльності та диференційовані цінові стратегії, що підвищує ймовірність утримання клієнтів і залучення нових сегментів. Прогнозні моделі на основі статистичних даних і поточних тенденцій допомагають не лише оцінювати майбутній попит, а й виявляти сезонні коливання, реагувати на зміни у поведінці туристів, планувати обсяги номерного фонду, кадрові потреби, потреби у навчанні персоналу, обсяги інвестицій в інфраструктуру та маркетингові кампанії. Це особливо важливо за умов високої невизначеності та швидких змін зовнішнього середовища, пов'язаних із коливаннями доходів населення, змінами у транспортній доступності, появою нових конкурентів у цифровому просторі, впливом онлайн платформ бронювання, а також змінами у регуляторній політиці держави. Використання таких підходів дозволяє підприємствам туристичної сфери знижувати ризики хибних управлінських рішень, оптимізувати витрати та підвищувати стійкість бізнесу до кризових явищ (рис. 1).

Окремою проблемою є якість і повнота статистичної інформації про туризм. Частина поїздок не потрапляє до офіційної статистики, змінюються форми бронювання, збільшується роль онлайн платформ, розвивається неформальний сектор розміщення. Відтак,

це вимагає удосконалення методології збору даних, поєднання офіційної статистики з результатами вибірових опитувань, аналізу великих масивів даних з електронних систем бронювання. Попри ці труднощі, статистичні методи залишаються ключовим інструментом для наукового обґрунтування рішень у сфері розвитку туристичного ринку, формування державної політики підтримки туризму та стратегій розвитку підприємств.

Висновки. Отже, аналіз розвитку ринку туристичних послуг на основі статистичних методів дає змогу перетворити розрізнені показники діяльності туристичних підприємств, поведінки споживачів і результатів державної політики на цілісну картину функціонування та динаміки цієї сфери. Система кількісних показників у поєднанні з аналізом рядів динаміки, індексним, кореляційно регресійним і кластерним аналізом забезпечує об'єктивну оцінку тенденцій, сезонних коливань, факторів попиту і пропозиції, а також конкурентних позицій різних територій. Це створює науково обґрунтовані засади для ухвалення управлінських рішень державними органами і бізнесом, оптимізації структури пропозиції, сегментації споживачів та формування прогнозів майбутнього попиту. Попри проблеми повноти і якості даних, удосконалення статистичної бази та методів обробки інформації посилює роль такого аналізу як ключового інструменту стратегічного розвитку туристичного ринку та підвищення його стійкості до зовнішніх викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Глубоченко К.О., Дорошенко О.М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 71–75.
2. Трусова Н., Цвілий С. Безпечний стан інноваційного розвитку туристичної індустрії в економічній системі держави. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. С. 56.
3. Сорока І. В. Сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Вип. 111. Ч. II. С. 266–273.
4. Мацука В. М. Транснаціоналізація туризму в умовах сучасності. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Серія «Економіка»*. 2017. Т. 22. Вип. 4. С. 21–25.
5. Ткаченко Т. І., Забалдіна Ю. Б. Еволюція базових термінів сучасного туризмознавства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 12. С. 152–156.
6. Богашко О. Л. Розвиток туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки. Розвиток територіальних громад: правові, економічні та соціальні аспекти: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв – с. Коблеве, 09 червня 2022 р.) Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 142–144.
7. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник. Київ : Знання, 2012. 343 с.
8. Колісниченко П.Т., Терещенко Є.Ю., Школенко О.Б. Концептуальний підхід до класифікації цифрових бізнес-моделей торговельних підприємств. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2025. Випуск 5 (82). С. 35–41.

9. Штангрет А., Силкін О., Шляхетко В. Трудова міграція як зовнішня загроза для кадрової безпеки підприємства. № 10(38), 2024. Наукові інновації та передові технології. С. 190–201. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-20](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-20) (дата звернення: 11/09/2025)

10. Штангрет А., Силкін О. Безпекові аспекти управління персоналом в умовах гіпердинамічного зовнішнього середовища. № 9(Вип.37), 2024. Наукові інновації та передові технології. С. 227–237. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237) (дата звернення: 11/09/2025)

REFERENCES:

1. Hlubochenko, K. O., & Doroshenko, O. M. (2021). Analiz suchasnoho stanu rynku ta perspektyvy turystychnykh posluh v Ukraini [Analysis of the current state and prospects of the tourism services market in Ukraine]. *Modern Economics*, no. 30, pp. 71–75. [in Ukrainian].

2. Trusova, N., & Tsvilii, S. (2022). Bezpechnyi stan innovatsiinoho rozvytku turystychnoi industrii v ekonomichnii systemi derzhavy [Safe state of innovative development of the tourism industry in the economic system of the state]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 45, p. 56. [in Ukrainian].

3. Soroka, I. V. (2012). Suchasni tendentsii mizhnarodnoho rynku turystychnykh posluh [Modern trends of the international tourism services market]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, issue 111, part II, pp. 266–273. [in Ukrainian].

4. Matsuka, V. M. (2017). Transnatsionalizatsiia turyzmu v umovakh suchasnosti [Transnationalization of tourism in modern conditions]. *Visnyk ONU im. I. I. Mechnykova. Seriya "Ekonomika"*, vol. 22, issue 4, pp. 21–25. [in Ukrainian].

5. Tkachenko, T. I., & Zabaldina, Yu. B. (2016). Evoliutsiia bazovykh terminiv suchasnoho turyzmoznavstva [Evolution of basic terms of modern tourism studies]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, issue 12, pp. 152–156. [in Ukrainian].

6. Bohashko, O. L. (2022). Rozvytok turystychnoho biznesu v umovakh tsyfrovoy ekonomiky [Development of the tourism business in the digital economy]. In *Rozvytok terytorialnykh hromad: pravovi, ekonomichni ta sotsialni aspekty: materialy II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (Mykolaiv – Kobleve, June 9, 2022) (pp. 142–144). Mykolaiv: MNAU. [in Ukrainian].

7. Kudla, N. Ye. (2012). Menedzhment turystychnoho pidpriemstva [Management of a tourism enterprise]. Kyiv: Znannia. 343 p. [in Ukrainian].

8. Kolisnichenko, P. T., Tereshchenko, Ye. Yu., & Shkolenko, O. B. (2025). Kontseptualnyi pidkhid do klasyfikatsii tsyfrovyykh biznes-modelei torhovelnykh pidpriemstv [Conceptual approach to the classification of digital business models of trading enterprises]. *Biznes-navihator*, issue 5(82), pp. 35–41. [in Ukrainian].

9. Shtangret, A., Sylkin, O., & Shliakhetko, V. (2024). Trudova mihratsiia yak zovnishnia zahroza dlia kadrovoi bezpeky pidpriemstva [Labor migration as an external threat to enterprise personnel security]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 10(38), pp. 190–201. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-20](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-20) [in Ukrainian].

10. Shtangret, A., & Sylkin, O. (2024). Bezpekovi aspekty upravlinnia personalom v umovakh hiperdynamichnoho zovnishnoho seredovyscha [Security aspects of personnel management in a hyperdynamic external environment]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. (9(37)), pp. 227–237. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237) [in Ukrainian].