

УДК 338.48:339.137.2

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ГЛОБАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ

Олена Юрченко

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
пл. Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022,
E-mail: svetalros@mail.ru*

Розглянуто конкурентне середовище глобального туристичного простору, розвиток якого відбувається нерівномірно. На базі кластерного аналізу у розрізі 140 країн і територій світу виокремлено п'ять типів дестинацій, які відрізняються характером туристичної діяльності. Для них визначено можливі стратегії розвитку туризму. Проаналізовано залежність ВВП країни від об'єму туристичних прибуттів. Показано, що проведення активної туристичної політики із залучення туристів і збільшення доходів від туризму у всіх країнах сприяє збільшенню ВВП країни. Доведено, що доходи від туризму на 1 особу й інтенсивність туристичних прибуттів вищі в тих країнах, де вищий рівень життя населення та конкурентоспроможніші нормативна база, бізнес-середовище й інфраструктура.

Ключові слова: міжнародний туризм; туристичний простір; конкуренція; стратегія.

Постановка проблеми. Розвиток міжнародного туризму, незважаючи на труднощі, що виникають в кризові роки, загалом демонструє стабільність і зберігає позиції високоприбуткового сектора світової економіки, що швидко розвивається. Цим пояснюють інтерес до туристичної сфери з боку урядів багатьох країн світу, які свої впливові структури виконавчої влади спрямовують на забезпечення ефективної державної політики її розвитку. Подорожі стають доступнішими для широких верств суспільства не тільки розвинених країн, а й країн, що розвиваються; зростає частота туристичних поїздок.

У просторовому розвитку туризму відбувається поступове зміщення акцентів від традиційних ринків Західної Європи, США, Японії та Канади до нових ринків ЦСЄ, країн АТР. Також на світовому туристичному ринку збільшується привабливість країн Африки та Близького Сходу. У результаті посилення конкуренції на ринку туристичної пропозиції країни, які прагнуть зберегти або посилити свої позиції на міжнародному ринку, здійснюють довгострокові інвестиції у зазначену сферу і розробляють державні стратегії розвитку туризму. Однією зі складових розробки стратегій є детальний аналіз просторових особливостей у розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Просторові закономірності розвитку туристичного ринку відображено у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних учених. Історію розвитку туристичного ринку розглядали О. В. Бартошук, І. Енджейчик, В. Б. Сапрунова, М. В. Соколова, В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова, В. Фрейер та ін. Чинники розвитку міжнародного туризму аналізували Г. Ю. Александрова,

О. О. Любіцева, В. С. Сенін, І. В. Зорін, В. О. Квартальнов, Г. А. Папирян та ін. Особливості розвитку туристичного бізнесу, конкурентоспроможності на світовому ринку туризму охарактеризовані у працях Л. І. Гонтаржевської, Г. В. Довгаль, Є. В. Кифяк, В. Ф. Левицької, О. О. Любіцевої, Т. І. Ткаченко, М. П. Мальської, А. Ю. Парфіненко, О. В. Ханової, С. О. Юрченко та ін.

Незважаючи на значну кількість опублікованих робіт із різних аспектів вивчення туристичного простору, його розвиток вимагає постійного моніторингу, аналізу можливих напрямів розвитку туризму в окремій країні та групах країн.

Мета статті – дати оцінку стану глобального туристичного простору та означити можливі стратегії його розвитку. Об'єкт дослідження – глобальний туристичний простір, предмет – особливості його розвитку.

Виклад основного матеріалу. Розвиток міжнародного туризму у світі відбувається нерівномірно, що, насамперед, пояснюють різними рівнями соціально-економічного розвитку країн і регіонів. Він не є товаром першої життєвої необхідності, отож стає насущною потребою людини за певного рівня її доходів та певного рівня багатства суспільства. Для структуризації глобального туристичного простору та характеристики конкурентної боротьби, що триває в ньому і спричинена різними країнами світу, нами використано кластерний аналіз, який здійснено за допомогою комп'ютерної програми «STATISTICA».

Вирішенням задачі кластерного аналізу у нашому випадку є розбивки країн світу, що задовольняють критерію оптимальності, який розраховують як функціонал:

$$W = \sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})^2 = \sum_{j=1}^n x_j^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{j=1}^n x_j \right)^2,$$

де x_j – значення виміру j -ї ознаки країн світу, регіонів [1, с. 72].

Кластерний аналіз виконано у розрізі 140 країн і територій світу, за яким WEF визначив конкурентоспроможність у сфері туризму і подорожей станом на 2013 рік. Обрано 11 індикаторів, які найповніше відображають чинники розвитку туризму за трьома складовими:

- 1) рівнем розвитку економіки (ВВП на 1 особу, частка сфери послуг у ВВП);
- 2) станом туристичного середовища (кількість туристичних прибуттів, обсяг доходів від туризму, індекси конкурентоспроможності нормативної бази, бізнес-середовища й інфраструктури, людських, культурних і природних ресурсів, кількість пам'ятників ЮНЕСКО);
- 3) демографічного стану населення (тривалість життя, частка міського населення, частка населення віком 15 років і більше, що вміє читати й писати).

У результаті визначено 19 туристичних кластерів, які варіюють від 1 до 47 країн (табл. 1). Отримані кластери можна об'єднати в п'ять типів кластерних дестинацій з відповідними видами стратегій:

– Тип І. Центри розвитку міжнародного туризму (1-й, 2-й, 3-й, 13-й, 14-й, 16-й, 18-й, 19-й кластери). Вони утворені невеликою кількістю країн (від однієї до дев'яти)

з Північної Америки, Північно- і Південно-Східної Азії, Океанії, Північної, Західної й Південно-Середземноморської Європи. Населення має високу тривалість життя, високий рівень освіти. Значна його частина проживає в містах.

Таблиця 1

Склад кластерів*

Кластери	Країни
1	Швейцарія, Швеція, Нідерланди, Бельгія, Тайвань, Японія, Республіка Корея, Австрія, Канада
2	Австралія
3	Німеччина, Велика Британія, Гонконг
4	Ісландія, Кувейт, Фінляндія, Ізраїль, Ірландія, Данія
5	Мальта, Словенія, Оман, Бахрейн, Нова Зеландія, Кіпр, Словаччина, Естонія, Литва, Барбадос, Сейшели
6	Португалія, Хорватія, Угорщина, Греція, Польща, Чеська Республіка, Об'єднані Арабські Емірати, Саудівська Аравія
7	Чорногорія, Румунія, Суринам, Венесуела, Коста-Рика, Іран, Перу, Колумбія, Азербайджан, Македонія, Сербія, Еквадор, Боснія і Герцеговина, Намібія, Гаїана, Албанія, Ямайка, Сальвадор, Алжир, Болгарія, Казахстан, Бразилія, Домініканська Республіка, Латвійська Республіка, Тринідад і Тобаго, Панама, Маврикій, Ботсвана, Пуерто-Рико, Уругвай, Чилі, Аргентина, Ліван
8	Грузія, Гватемала, Вірменія, Парагвай, Шрі-Ланка, Болівія, Монголія, Свaziленд, Молдова, Пакистан, Гана, Гондурас, Нікарагуа, Кабо-Верде, Філіппіни, Йорданія, Гаїті, Буркіна-Фасо, Бенін, Сьєрра-Леоне, Ефіопія, Непал, Руанда, Замбія, Малаві, Малі, Мадагаскар, Гвінея, Бурунді, Кенія, Танзанія, Уганда, Зімбабве, Мозамбік, Таджикистан, Лесото, Мавританія, Чад, Бангладеш, Гамбія, Кот-д'Івуар, Ємен, Нігерія, Сенегал, Камерун, Камбоджа, Киргизька Республіка
9	Індія, Індонезія, Марокко, В'єтнам, Єгипет, Південна Африка
10	Туреччина, Таїланд
11	Російська Федерація, Мексика, Малайзія, Україна
12	Норвегія, Бруней-Даруссалам
13	Сінгапур
14	Люксембург
15	Катар
16	Іспанія, Італія
17	Китай
18	Франція
19	США

*Розроблено автором за даними [3; 4; 6; 7].

Серед країн усіх кластерів цього типу вкрай низьким значенням інтенсивності туристичних прибуттів і доходами на 1 000 жителів вирізняється Японія. Головна причина, що стримує потік закордонних туристів до країни, полягає в тому, що перебування в Японії через курс єні, що постійно зростає останніми роками, перетворюється в дороге задоволення. Спроби уряду послабити вплив цього чинника за допомогою безмитного продажу деяких вироблених у країні товарів, знижок з вартості проїзду та інших заходів досі не дають помітного ефекту.

Головна риса країн кластерів цього типу – висока конкурентоспроможність туристичної діяльності зі стратегією інтенсивності її розвитку;

– Тип II. Цю групу утворюють 4-й, 5-й, 6-й, 10-й, 12-й, 15-й, 17-й кластери. До них належать частина країн Північної, Південно-Східної, Центрально-Східної, Південно-Середземноморської Європи, Північно-Східної Азії, Океанії, багаті острови Карибського басейну (Барбадос) та Африки (Сейшели), багаті нафтовидобувні держави Близького Сходу. ВВП на душу населення та показники розвитку туризму у країнах значно різняться.

Туризм у близькосхідних країнах стає найважливішим чинником диверсифікованості їхніх економік. Серед них за інтенсивністю туристичних прибуттів і доходами від туризму на 1 000 жителів вирізняється ОАЕ та Кувейт – країни з найпривабливішими місцями пасивного та активного відпочинку у світі. Загалом індекси конкурентоспроможності з розвитку туризму в кластерах цієї групи країн високі (як у відомих туристичних європейських і острівних державах). Виняток – Сейшельські острови, близькосхідні держави та країни ЦСЄ. Всі вони характеризуються інтенсивним видом стратегії розвитку туристичної діяльності.

– Тип III. Країни цієї групи (11-й кластер) характеризуються перехідним типом від екстенсивного до інтенсивного розвитку. Країни кластеру (Росія, Мексика, Малайзія, Україна) входять у першу двадцятку країн світу за туристичними прибуттями. Однак тільки Малайзія залишається в групі 20 країн за доходами від туризму. Найбільше відстає за цим показником Україна, яка має у цій групі найнижчий ВВП на 1 особу, а також найнижчі показники тривалості життя населення та частки міського населення. Частка сфери послуг у ВВП коливається від 48,1 % (Малайзія) до 60,5 % (Україна).

– Тип IV. Його утворюють периферійні кластери екстенсивного розвитку (7-й і 9-й кластери). Країни 9-го кластера, порівняно з 33-ма країнами 7-го кластера з Південно-Середземноморської та Центрально-Східної Європи, Центральної, Південної Америки та Карибського басейну, Африки до півдня від Сахари, Близького Сходу, мають більший обсяг туристичних прибуттів, доходів від туризму та входять за цими показниками до перших 50-ти країн світу. Загалом рівень конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей цієї групи кластерів нижчий, ніж у попередній групі.

– Тип V. Це периферійний кластер екстенсивного розвитку у стані стагнації з низьким рівнем конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей (8 кластер). У ньому об'єднано 47 країн із Центральної та Південної Америки, Центрально-Східної Європи, Південної Америки, Північно-Східної, Центральної, Південно-Східної Азії, Африки (південніше Сахари). Здебільшого це бідні країни. У цьому кластері можна вирізнити два підкластери. До першого входять 16 країн (Грузія, Гватемала, Вірменія, Парагвай, Шрі-Ланка, Болівія, Монголія, Свaziленд, Молдова, Пакистан, Гана, Гондурас, Нікарагуа, Кабо-Верде, Філіппіни, Йорданія) з дещо вищим ВВП на душу населення та конкурентоспроможнішим туристичним середовищем, порівняно із другим підкластером. Частка сфери послуг у ВВП варіює від 42,1 % до 71,9 %. У країнах провадять активну політику з розвитку туризму, у результаті чого вони поступово виходять зі стану стагнації. Другий підкластер налічує 31 країну з низькими значеннями обсягу ВВП на 1 особу та з часток сфери послуг у ВВП від 26 % до 67,7 %.

Отже, кожному із п'яти типів розвитку туристичних ринків притаманна своя

стратегія економічної діяльності на ринку туристичних послуг. Представники 1-го типу DESTINACIЙ (центри міжнародного туризму) намагаються утримати своє лідерство за гострої конкурентної боротьби з 2-м типом DESTINACIЙ за рахунок впровадження інновацій у туристичну діяльність та підвищення якості туристичних послуг. З метою інтенсифікації туристичної діяльності 3-й тип DESTINACIЙ все більше впроваджує інновації і диверсифікує туристичний продукт. А 4-й і 5-й типи DESTINACIЙ розвиваються, здебільшого, за рахунок збільшення кількості та розширення географії туристичних центрів, регіонів із розвитком у них туристичної інфраструктури. Щодо 5-го типу для багатьох країн (2-й підкластер) завданням є вихід зі стадії стагнації.

Розрахунок парних коефіцієнтів кореляцій за Україною, Росією, Мексикою, Малайзією, що утворюють один кластер, і за п'ятьма країнами – лідерами за туристичними прибуттями і доходами від туризму, ВВП упродовж 1995–2012 рр. засвідчив причинно-наслідковий зв'язок між доходами від туризму, з одного боку, та обсягом ВВП, кількістю туристичних прибуттів, витратами на охорону здоров'я, кількістю зареєстрованих вильотів тощо – з іншого. Зокрема, доходи від туризму суттєво залежать від:

1) кількості туристичних прибуттів (коефіцієнт кореляції R змінюється від 0,74 до 0,98), за винятком Росії та Італії ($R = 0,62$);

2) витрат на здоров'я на 1 особу (R змінюється від 0,76 до 0,93, за винятком Франції, де $R = 0,62$, і Росії, де $R = 0,65$).

Різноманітнішою є залежність між доходами від туризму та кількістю зареєстрованих вильотів. Зокрема, в Україні $R = 0,78$, у США $R = 0,75$, в КНР $R = 0,95$, в Іспанії $R = 0,89$. Однак у Мексиці $R = 0,46$, у Малайзії $R = 0,62$, у Франції $R = 0,67$, в РФ $R = 0,19$, в Італії $R = 0,26$. У всіх країнах кількість туристичних прибуттів має тісний зв'язок з витратами на здоров'я на 1 особу (R становить від 0,9 до 0,98).

Таблиця 2

Моделі множинної регресії* (складено автором за [5])

Країна	Рівняння	R^2
Україна	$Y = 11735,5 + 5,09X_1 + 14,37X_2 - 28,08X_3 + 0,25X_4$	0,98
Мексика	$Y = -161191 + 30,9X_1 + 1724,5X_2 + 0,31X_4$	0,97
Малайзія	$Y = 78516,09 + 7,44X_1 + 702,9X_2 - 0,13X_3$	0,98
Росія	$Y = 38452,31 + 40,9X_1 + 20,02X_2 + 1182X_3 + 0,25X_4$	0,92
США	$Y = 147038 + 22,83X_2 + 1299,6X_3 + 0,39X_4$	0,99
Франція	$Y = -924491 + 28,4X_1 + 0,95X_2 + 182,7X_3 - 0,17X_4$	0,96
КНР	$Y = 544172 + 70,6X_1 + 12081X_2 + 1,69X_4$	0,99
Іспанія	$Y = -184968 + 23,44X_1 - 9,49X_2 + 308,9X_3 - 0,10X_4$	0,96
Італія	$Y = 119072 + 19,8X_1 + 197,8X_2 + 0,70X_4$	0,97

* Y – ВВП (млрд дол. США); X_1 – доходи від візного туризму (млн дол. США); X_2 – туристичне прибуття до країн (тис. ос.); X_3 – витрати на охорону здоров'я на 1 особу (в дол. США);

X_4 – кількість зареєстрованих рейсів на виліт, од.

На основі регресійного аналізу отримано моделі множинної регресії, без урахування впливу мультиколінеарності (табл. 2). Високі значення коефіцієнта детермінації R^2 за країнами засвідчують, що зміни у ВВП істотно залежать від зміни врахованих у моделі факторних ознак.

Як бачимо, проведення активної туристичної політики із залучення туристів і збільшення доходів від туризму у всіх країнах сприяє збільшенню ВВП країни. Розрахунки засвідчують, що в Україні збільшення доходів від туризму на 1 дол. США сприяє збільшенню ВВП на 5,09 дол. США (у Мексиці – на 30,9, Франції – на 28,4), а збільшення туристичних прибуттів на 1 особу сприяє збільшенню ВВП на 14,37 дол. США (в США – на 22,83, у КНР – на 70,6).

Розрахунки парних коефіцієнтів кореляції ілюструють, що доходи від туризму на одного жителя країни значною мірою залежать від інтенсивності туристичних прибуттів ($R = 0,74$). Незначну залежність простежуємо між показниками доходів від туризму на 1 жителя та загальним індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму ($R = 0,53$), індексом конкурентоспроможності нормативної бази ($R = 0,53$), індексом конкурентоспроможності бізнес-середовища та інфраструктури ($R = 0,57$), ВВП на душу населення ($R = 0,64$), часткою сфери послуг у ВВП ($R = 0,51$), що відображено у табл. 3.

Таблиця 3

Коефіцієнти парних кореляцій (складено автором за [4; 6; 7])

Показник*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1										
2	0,74	1									
3	0,6	0,3	1								
4	0,63	0,53	0,93	1							
5	0,64	0,57	0,97	0,88	1						
6	0,37	0,35	0,89	0,72	0,8	1					
7	-0,15	-0,18	-0,41	-0,38	-0,38	-0,37	1				
8	0,42	0,4	0,67	0,6	0,7	0,54	-0,4	1			
9	0,4	0,31	0,7	0,73	0,66	0,56	-0,45	0,56	1		
10	0,55	0,51	0,62	0,63	0,58	0,51	-0,12	0,44	0,45	1	
11	0,53	0,64	0,76	0,68	0,81	0,6	-0,37	0,68	0,52	0,33	1

*1 – туристичні прибуття на 1 000 ос.; 2 – доходи від туризму на 1 000 ос. (дол. США); 3 – загальний індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму; 4 – індекс конкурентоспроможності нормативної бази; 5 – індекс конкурентоспроможності бізнес-середовища та інфраструктури; 6 – індекс конкурентоспроможності людських, культурних і природних ресурсів; 7 – рівень безробіття (%); 8 – частка міського населення (%); 9 – рівень грамотності (%); 10 – частка сфери послуг у ВВП (%); 11 – ВВП на душу населення (дол. США).

Інтенсивність туристичних прибуттів, порівняно з показником доходів від туризму на одного жителя, дещо тісніша із загальним показником конкурентоспроможності подорожей і туризму ($R = 0,6$), індексом конкурентоспроможності нормативної бази ($R = 0,63$), індексом конкурентоспроможності бізнес-середовища та інфраструктури

($R = 0,64$), часток сфери послуг у ВВП ($R = 0,55$), проте дещо нижча з ВВП на одну особу ($R = 0,53$). З іншими показниками позитивно тіснішає зв'язок доходів від туризму на 1 жителя країни, інтенсивність туристичних прибуттів не надто велика, а з показником частки безробітних спостерігається незначна зворотна залежність.

Розрахунки коефіцієнтів множинної кореляції за формулою:

$$R = \sqrt{\frac{R^2 YX_1 + R^2 YX_2 - 2RYX_1 * RYX_2 + RX_1 X_2}{1 - R^2 X_1 X_2}}$$

яка визначає ступінь сукупного впливу найважливіших чинників (X_1, X_2, \dots, X_n) на досліджуване явище Y [1, с. 46] дають змогу зробити висновок, що серед розглянутих чинників немає таких, які б однозначно визначали величину доходів від туризму на одного жителя країни та інтенсивність туристичних поїздок. Вони залежать від сукупності чинників. Зокрема, дохідність туризму, що суттєво впливає на міжнародний ринок туризму, залежить: на 55,9 % – від інтенсивності туристичних прибуттів і загального показника конкурентоспроможності подорожей і туризму; на 51,0 % – від частки сфери послуг у ВВП; на 32,8 % – від індексу конкурентоспроможності нормативної бази та індексу конкурентоспроможності бізнес-середовища та інфраструктури. Інтенсивність туристичних прибуттів залежить: на 60,7 % – від доходів з туризму на одну особу і загального показника конкурентоспроможності подорожей і туризму; на 43,9 % – від частки сфери послуг у ВВП і ВВП на 1 особу; на 43,0 % – від індексу конкурентоспроможності нормативної бази та індексу конкурентоспроможності бізнес-середовища та інфраструктури.

Висновки. Отже, світовий туристичний простір вважають складною системою, у якій вирізняють п'ять груп просторових дестинацій з різними стратегіями розвитку туризму. Доходи від туризму на 1 особу та інтенсивність туристичних прибуттів вищі в тих країнах, де вищий рівень життя населення та конкурентоспроможніша нормативна база, бізнес-середовище та інфраструктура. Щоб залучити туристів і, тим самим, збільшити туристичний потік для багатьох країн, необхідні стратегічний «прорив» і значне зростання інвестицій у сферу туризму.

Регіональну економічну політику держави у галузі туризму необхідно спрямувати на нові форми організації господарських структур та їхніх зв'язків, включення території загалом та окремих господарюючих суб'єктів у різні міжнародні системи туристичної логістики. Стратегія з прив'язкою до території є реальним кроком до реалізації стратегічних цілей і завдань у створенні конкурентоспроможного туристичного простору, зокрема, туристичного кластера. Перспективи подальших розвідок у зазначеному напрямі пов'язані з виявленням місця України в глобальному туристичному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Голіков А. П.* Економіко-математичне моделювання світогосподарських процесів : навчальний посібник [для студентів вищих навчальних закладів] / А. П. Голіков. – [2-ге вид.]. – Харків : ХНУ

імені В. Н. Каразіна, 2006. – 144 с.

2. Цыганов С. А. Конкурентоспособность стран мира на мировом туристическом рынке / С. А. Цыганов, Е. Е. Юрченко, С. А. Юрченко // Региональные исследования. – 2015. – № 1 (47). – С. 88–95.

3. Список объектов Всемирного наследия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://wikitravel.org/ru/Список_объектов_Всемирного_наследия_ЮНЕСКО.

4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 Reducing Barriers to Economic Growth and Job Growth: Beyond the Down turn [Electronic resource] / Jennifer Blance, Thea Chiesa. – World Economic Forum, 2013. – Way of access : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pd 224.

5. The World Bank Data [Electronic resource]. – Way of access : <http://data.worldbank.org/indicator>.

6. The World Factbook [Electronic resource]. – Way of access : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/xx.html>

7. UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition [Electronic resource]. – Way of access : http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2013.pdf.

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2016

Прийнята до друку 18.10.2016

ANALYSIS OF COMPETITIVE ENVIRONMENT OF GLOBAL TOURISM AREA

Elena Iurchenko

*V. N. Karazin Kharkiv National University,
4, Svobody Sq., Kharkiv, Ukraine, 61022,
E-mail: svetalros@mail.ru*

Author examines competitive environment of global tourism area and its development which occurs irregularly. He distinguishes 5 destination types based on cluster analysis of 140 countries in the world done on the basis of 11 indicators, which differs by patterns of tourism activity. For those types author defines possible strategies of tourism development. This article analyzes dependence between GDP and volume of tourist arrivals. It is shown that implementation of active tourism policy in terms of tourists' attraction and increase of income from tourist arrivals in all countries promotes country's GDP growth. Author proves that income from tourism per person and intensity of tourist arrivals are higher in those countries, where standard of living is higher and where rules and regulations, business environment and infrastructure are more competitive. To attract tourists and to increase tourist arrivals, strategic "breakthrough" and investments' increase into tourism industry are needed for many countries.

Key words: international tourism; tourism area; competitive; strategy.