

Лютак О.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ГРУПУВАННЯ КРАЇН НА ОСНОВІ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Лютак О.М. Особливості групування країн на основі показників розвитку міжнародної туристичної діяльності. У статті розглянуто особливості кластеризації країн за основними показниками розвитку туристичної діяльності на основі використання сучасних програмних продуктів. Для кожного кластеру розроблено кореляційно-регресійну модель, що розкриває взаємозв'язок між рівнем включеності країни в глобальні туристичні процеси і темпами її економічного зростання.

Ключові слова: міжнародний туризм, кластеризація країн, кореляційна модель.

Лютак Е.Н. Особенности группировки стран на основе показателей развития международной туристической деятельности. В статье рассмотрены особенности кластеризации стран по основным показателям развития туристической деятельности на основе использования современных программных продуктов. Для каждого кластера разработана корреляционно-регрессионная модель, которая раскрывает взаимосвязь между уровнем включенности страны в глобальные туристические процессы и темпами ее экономического роста.

Ключевые слова: международный туризм, кластеризация стран, корреляционная модель.

Liutak O.N. The features grouping of countries based on indicators of international tourism activities. The publication considers questions features grouping the countries based on indicators development of international tourism through the use of modern software. For each cluster developed correlation-regression model that reveals the relationship between the level of involvement of the country in global tourism processes and rates of economic growth.

Keywords: international tourism, clustering of the countries, the correlation model.

Постановка проблеми. Світове господарство та міжнародні економічні відносини постійно перебувають під впливом багатьох факторів і, як наслідок, змінюють динаміку та пріоритети розвитку. Багато галузей утрачають свої позиції, поступаючись новітнім сферам, що відрізняються динамічністю, альтернативністю витрат та специфікою використання внутрішніх та зовнішніх факторів. У сучасних умовах міжнародна туристична індустрія стає все більш інвестиційно привабливим напрямом укладання коштів, перетворивши туризм на ключовий фактор соціально-економічного прогресу за рахунок доходів від експорту, створення робочих місць і підприємств, а також розвитку інфраструктури. За останні сім десятиліть туризм продовжив розширення і диверсифікацію, ставши одним із найбільших і швидко зростаючих секторів економіки у світі. Багато нових країн із туристичним потенціалом з'явилися на додаток до традиційних фаворитів – Європи і Північної Америки. Вони активно використовують індивідуальні запити та потреби туристів для просування своїх продуктів на міжнародні ринки та інтеграції в систему міжнародної туристичної діяльності. Багато невеликих або острівних країн, що володіють туристичним потенціалом, об'єднують свої зусилля та створюють конкурентоспроможний імідж. Важливо виокремити основні тенденції та групи країн за від-

повідними схожими показниками розвитку міжнародної туристичної діяльності та сформувати підходи до реалізації конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «кластеризація» виникло ще в XIX ст. у неокласичній теорії А. Маршала, але практичного наповнення та реалізації набуло в кінці XX ст. після досліджень М. Портера [13]. Первинним елементом щодо використання кластерів для розвитку та здешевлення виробничого процесу стали підприємства. Одними з основних дослідників даного питання є Дж. Абоньї [10], О. Тищенко [7], В. Третяк [8]. Нині кластеризація – одна з найбільш популярних тем на регіональному рівні під час формування виробничих територіальних об'єднань та галузевих структур у туризмі, яка досліджується такими вченими, як В. Демченко [1], О. Колесник [4], О. Маслиган [5], А. Терехух [6], Е. Фезер [11]. Особливу нішу в аналізі питань, пов'язаних із кластеризацією, займають праці, що визначають спільні риси та групують елементи дослідження за ключовими ознаками, що представлені працями таких учених, як Т. Андерсон [14], І. Дишловий [2], О. Кальченко [3], О. Лук'яненко та В. Чужиков [9], Д. Хокінс [12].

На національному рівні питання кластеризації пов'язують із налагодженням взаємозв'язків між суб'єктами ринку різних регіонів у рамках виготов-

лення, реалізації та споживання товару чи послуги однієї сфери чи галузі. Водночас нині відсутнє комплексне дослідження щодо групування країн за основними показниками розвитку туристичної діяльності та розробки рекомендацій щодо впливу кожної із груп країн на світову туристичну кон'юнктуру, а також характер та спрямованість розвитку глобальної туристичної індустрії.

Постановка завдання. Основними цілями статті є дослідження практичних аспектів кластеризації країн світу за показниками розвитку туристичної діяльності, розробка моделей взаємозв'язку факторів впливу на ВВП та пропозицій щодо реалізації конкурентних стратегій на прикладі країн – лідерів туристичної діяльності.

Виклад основних результатів. Глобальні туристичні мережі формуються під впливом туристичних та фінансових потоків як виробників так і споживачів послуг. У сучасних умовах багато держав, що володіють туристично-рекреаційним потенціалом, намагаються оптимально використати свої можливості за рахунок розбудови інфраструктури, фінансування даного сектору, залучення трудових ресурсів. Паралельно сформувалися країни – постачальники туристів, які інтегровані у сферу міжнародного

туризму як споживачі туристичного продукту. На основі оцінки основних підходів до методології аналізу ефективності розвитку туристичної діяльності країни було виокремлено такі показники: додана вартість, створена туристичною галуззю, її частка у ВВП країни, сукупні капіталовкладення у туристичну галузь, частка зайнятих працівників, фінансові потоки на кожного туриста, притік валюти від туризму. Для визначення впливу кожної із груп країн на світову туристичну кон'юнктуру, а також характеру та спрямованості розвитку глобальної туристичної індустрії ми пропонуємо використати програмний продукт STATISTICA 10.0. Із метою отримання репрезентативних результатів усі зібрані дані були приведені до співрозмірного вигляду, зокрема абсолютні значення туристичних потоків та вартісні показники ВВП країни, доходів, витрат та доходів туристичної сфери були перераховані у відсоткові значення відповідно до загальносвітових показників. За об'єкт аналізу вибрано 154 країни з найбільшим ВВП, що інтегровані в систему міжнародних туристичних потоків. Обґрунтовуючи вибірку, слід зазначити, що вплив решти країн на розвиток світової економіки та їх рівень впливу на туристичну сферу є настільки мізерним, що може

Таблиця 1

Групування країн за основними показниками розвитку туристичної галузі

№ кластеру (кількість елементів)	Складові елементи кластеру
Кластер 1 (5)	Албанія, Барбадос, Фіджі, Чорногорія, Ямайка
Кластер 2 (15)	Вірменія, Гаїті, Греція, Грузія, Домініканська Республіка, Ефіопія, Йорданія, Камбоджа, Кіпр, Ліван, Маврикій, Марокко, Руанда, Танзанія, Хорватія
Кластер 3 (7)	Азербайджан, Бурунді, Катар, Кувейт, Норвегія, Російська Федерація, Філіппіни
Кластер 4 (28)	Бенін, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Гватемала, Єгипет, Ємен, Ісландія, Кенія, Киргизстан, Коста-Ріка, Лаос, Мадагаскар, Малі, М'янма, Непал, Панама, Португалія, Сальвадор, Сенегал, Сирія, Судан, Таджикистан, Таїланд, Туніс, Туреччина, Уганда, Уругвай, Шрі-Ланка
Кластер 5 (8)	Великобританія, Гонконг, Іспанія, Італія, Мальта, Мексика, Німеччина, Франція
Кластер 6 (42)	Австралія, Австрія, Аргентина, Бахрейн, Бельгія, Болівія, Бразилія, Бруней Даруссалам, Буркіна-Фасо, Гайана, Гана, Гондурас, Данія, Естонія, Замбія, Ізраїль, Індія, Індонезія, Камерун, Канада, Колумбія, Латвія, Малайзія, Молдова, Монголія, Намібія, Нігер, Нігерія, Нікарагуа, ОАЕ, Оман, ПАР, Перу, Республіка Польща, Саудівська Аравія, Сербія, Сінгапур, Словенія, Угорщина, Україна, Швейцарія, Швеція
Кластер 7 (44)	Алжир, Ангола, Бангладеш, Білорусь, Ботсвана, Венесуела, В'єтнам, Габон, Гвінея, ДР Конго, Еквадор, Зімбабве, Ірак, Іран, Ірландія, Казахстан, Кот-Д'івуар, Куба, Литва, Лівія, Люксембург, Малаві, Мозамбік, Нідерланди, Нова Зеландія, Пакистан, Парагвай, Патуа Нова Гвінея, Південна Корея Республіка Македонія, Румунія, Свaziленд, Словаччина, Суринам, Сьєрра-Леоне, Тайвань, Того, Тринідад і Тобаго, Узбекистан, Фінляндія, Чад, Чехія, Чилі, Японія
Кластер 8 (2)	Китай, США
Кластер 9 (3)	Багамські Острови, Макао, Мальдіви

бути прирівняний до нуля. Зокрема, сумарне ВВП тридцяти країн із нижнього рейтингу, таких як Лесото, Бутан, Беліз, Самоа, Тонга та ін., не перевищує 20 млрд. дол., а в Україні, наприклад, цей показник становить 130,660 млрд. дол. США.

Важливим елементом під час аналізу є використання декількох методів кластеризації, які підтверджують групування за заданими параметрами. Результати обробки масиву даних щодо групування країни у кластери за методом Варда, методами одиничного та повного зв'язку, середнього відхилення квадратів, методом незваженого попарного середнього та зваженого попарного середнього дали можливість виокремити дев'ять кластерів. Заданий параметр був уведений під час використання методу К-середніх. Як наслідок, ми отримали такі кластери країн (табл. 1).

Серед сформованих груп країн можна виокремити кластери, вплив яких на міжнародну туристичну діяльність є більш суттєвим порівняно з іншими або характеризується виключно природо-кліматичною специфікою. Зокрема кластер 5 об'єднав найбільш потужні країни туристичної сфери, що домінують за обсягами надходжень від міжнародного туризму. США та Китай, що потрапили в одну групу, характеризуються найбільшим ВВП та обсягом внутрішнього туризму, який забезпечує створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури та суттєвими надходженнями до бюджету. Займаючи лідируючі позиції щодо ВВП та туристичних потоків, країни цих двох груп стають центрами у своїх регіонах. Саме на них слід орієнтуватися під час побудови стратегії розвитку туристичної галузі. Кластери 6 та 7 є найбільшими та об'єднали відповідно 42 та 44 країни. Визначальна різниця між ними полягає в тому, що у 6-му кластері наявні країни, які мають позитивне сальдо торговельного балансу або по турпослугах, або по туристичному потоку, або по обох напрямках одночасно (Австралія, Ізраїль, Індія, Іран, Лаос, Республіка Польща, Словенія, Угорщина, Швейцарія), а усі країни 7-го кластера характеризуються негативним сальдо по туристичному потоку та/або по доходах від туристів. Як видно зі статистичних розрахунків,

можливість об'єднання країн у кластери за визначеними критеріями та кластеризація самих визначників може слугувати основою для визначення тенденцій у розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. Цілком логічно, що окрему групу утворили острівні держави (кластер 9) та країни, які характеризуються високими частками туристичної сфери у ВВП та, відповідно, чітко орієнтованою на туризм державною політикою (кластер 1).

На основі здійсненої кластеризації країн ми можемо виокремити держави, відстань від центру кластера в яких буде найменшою. Як наслідок, ми можемо говорити, що саме вони відображають загальну тенденцію розвитку виокремленої групи та на основі них слід побудувати кореляційно-регресійну модель. Відповідно цими країнами стали Барбадос (відстань від центра кластера становить 1,19724 ум. од.), Грузія (0,74922), Катар (1,18312), Італія (1,08673), Єгипет (0,51280), Індонезія (0,57757), Словаччина (0,28032), США (3,33375), Макао (4,16914).

На основі пошуку взаємозв'язків у програмному продукті «Статистика 10» було виокремлено показники, які характеризуються високим рівнем кореляції, серед них: надходження від міжнародного туризму (X_1), витрати туристів за кордоном (X_2), прямі надходження від туризму у ВВП (X_3), сукупні капіталовкладення у туристичну галузь (X_4), витрати міжнародних туристів усередині країни (X_5). Саме ці показники стануть основними факторами моделі формування і прогнозування розвитку країни на основі ВВП. Для розрахунку економіко-математичної моделі використовувалися два програмних продукти: «Статистика 10» та ExcelMicrosoftOffice 2007. Результати проведених розрахунків приведено в табл. 2.

Як видно з табл. 2, найбільш позитивно значущим є показник надходжень від міжнародного туризму (X_1), у всіх рівняннях кластерів він має позитивне значення та практично завжди (крім Макао та Індонезії) є більшим 1. Протилежним йому є фактор витрат міжнародних туристів усередині країни, оскільки у більшості моделей, окрім США, він зменшує сукупну величину ВВП за рахунок мінусового значення.

Таблиця 2

Рівняння регресії країн – центрів кластерів

Країна	Рівняння багатofакторної моделі
Барбадос	$Y=2,267 * X_1 + 0,2479 * X_2 + 1,4837 * X_3 - 0,1525 * X_4 - 1,5084 * X_5 + 1,2782$
Грузія	$Y=6,2397 * X_1 + 39,9805 * X_2 + 3,6569 * X_3 - 0,8132 * X_4 - 11,762 * X_5 - 5,6544$
Катар	$Y=-1,178 * X_1 + 3,482 * X_2 + 388,234 * X_3 - 90,838 * X_4 - 172,346 * X_5 - 50,498$
Італія	$Y=10,926 * X_1 + 20,044 * X_2 + 4,302 * X_3 - 11,821 * X_4 - 8,033 * X_5 - 753,142$
Єгипет	$Y=20,2784 * X_1 - 0,4575 * X_2 - 7,6204 * X_3 - 12,3347 * X_4 - 25,3347 * X_5 + 11,64$
Індонезія	$Y=0,4092 * X_1 - 7,477 * X_2 + 32,2159 * X_3 + 16,6824 * X_4 - 19,3827 * X_5 + 6,0189$
Словаччина	$Y=11,64084 * X_1 + 4,07075 * X_2 - 4,8182 * X_3 + 24,728 * X_4 - 5,2693 * X_5 - 3,1943$
США	$Y=59,5 * X_1 - 340,0 * X_2 + 1,9 * X_3 - 23,0 * X_4 + 11,4 * X_5 - 16645,4$
Макао	$Y=0,00143 * X_1 + 14,4927 * X_2 + 1,1151 * X_3 + 0,3279 * X_4 - 0,02145 * X_5 - 2,406$

Перевірка достовірності моделей на основі множинних коефіцієнтів кореляції

№ кластеру та країна, що його репрезентує	Коефіцієнт множинної кореляції (R)	Коефіцієнт детермінації (R ²)	Критерій Фішера
1. Барбадос	0,97273	0,94620	35,1772
2. Грузія	0,98295	0,96620	58,4282
3. Катар	0,95353	0,90921	16,9593
4. Італія	0,98551	0,97122	47,5163
5. Єгипет	0,99757	0,99515	352,0821
6. Індонезія	0,99822	0,99644	471,3572
7. Словаччина	0,99532	0,99065	184,3260
8. США	0,82745	0,68467	90,4150
9. Макао	0,99789	0,99578	395,5693

Перевіряючи достовірність моделей на основі множинних коефіцієнтів кореляції в теорії статистики виокремлюють такі основні показники, як: коефіцієнти множинної кореляції – R (чим ближче R до одиниці, тим тіснішим є зв'язок між залежною величиною Y та факторами X_1, X_2, \dots, X_n) та детермінації – R² (чим ближче R² до одиниці, тим краще регресія апроксимує емпіричні дані); критерій Фішера (табличне значення критерію Фішера шукаємо за заданою ймовірністю p (p=0,95) і числом ступенів рівності $k_1=m$ і $k_2=n-m-1$; для зібраних нами статистичних даних кількість спостережень=16, тому число ступенів вільності $k_1=1$ і $k_2=14$). Табличне значення критерію Фішера: F_{табл.}=4,60. Якщо виконується нерівність F_{розр.}>F_{табл.}, то з ймовірністю p=0,95 ми стверджуємо, що побудована модель адекватна статистичним даним і придатна для подальшого аналізу і прогнозування). Зведений аналіз множинних коефіцієнтів кореляції наведений у табл. 3.

Аналіз даних табл. 3 показує, що всі коефіцієнти відповідають нормативним значенням, і це дає нам підставу стверджувати, що моделі є достовірними і можуть використовуватися для подальшого прогнозування.

Висновки. Враховуючи проведений аналіз, ми виокремили найбільш суттєві показники. Для розробки рекомендацій для кожної групи країн щодо використання туристичного потенціалу для нарощення приросту ВВП ми ідентифікували показники та їх внесок у загальний економічний розвиток країни на основі регресійної моделі. Регресійний аналіз показав, що існує тісний зв'язок між ВВП та сукупними доходами від міжнародної туристичної діяльності, прямими надходженнями від туризму у ВВП, сукупних капіталовкладеннях у туристичну галузь, витрат міжнародних туристів усередині країни практично в усіх досліджуваних кластерах країн. Причинами цього зв'язку є те, що за умови достатнього фінансування та капіталовкладень у туристичну галузь здійснюється розвиток інфраструктури, це приваблює додаткові потоки туристів, що витрачають кошти як безпосередньо під час споживання туристичного продукту, так і використовують ресурси суміжних галузей. Як наслідок, зростає сукупний дохід від туристичної галузі, відбувається сукупний приріст ВВП країни.

Список літератури:

1. Демченко В.В. Особливості формування транскордонних кластерів / В.В. Демченко // Регіональна економіка. – 2010. – № 3. – С. 179–186.
2. Дишловий І.М. Сучасні організаційні рішення регіонального розвитку рекреації та туризму: кластеризація та комплексні програми : [монографія] / І.М. Дишловий. – Одеса : ППРЕД НАН України, 2010. – 213 с.
3. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі / О.М. Кальченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm.
4. Колесник О.О. Кластерна модель розвитку туризму в Україні / О.О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 1.
5. Маслиган О.О. Зарубіжний досвід кластеризації сфери рекреації та туризму / О.О. Маслиган, М.В. Дичка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3705/1/%>.
6. Терехух А.А., Бандура Н.Б. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / А.А. Терехух, Н.Б. Бандура // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – С. 265–271.
7. Тищенко О.М. Кластери як вектор розвитку економіки: організація, сутність і концепції / О.М. Тищенко // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць. – К. : Київський університет, 2010. – Вип. 21. – С. 74–80.
8. Третьяк В.П. Кластери підприємств: пути создания и результативность функционирования / В.П. Третьяк. – М. : Август Борг, 2006. – 132 с.
9. Чужиков В.І. Кластерна політика Європейського Союзу / В.І. Чужиков, О.Д. Лукьяненко // Економіка України. – 2013. – № 2. – С. 81–91.
10. Abonyi G. Linking Greater Mekong Subregion Enterprises to International Markets: The Role of Global Value Chains, International Production Networks and Enterprise Clusters / G. Abonyi. – New York: The United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, 2007. – 89 p.

11. Feser E. Old and New Theories of Industry Clusters / E. Feser // Clusters and Regional Specialization. – London: Pion, 1998. – P. 18–40.

12. Hawkins Donald E. Sustainable tourism competitiveness clusters: application to World Heritage sites network development in Indonesia / Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2004/9/3. – P. 293–307.

13. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. Porter. – New York: The Free Press, 1985. – 580 p.

14. Thomas Andersson, Sylvia Schwaag-Serger, Jens Sorvik, Emily Wise Hansson. The Cluster Policies. – Whitebook, IKED, 2004. – 430 p.