

УДК 338.48 (477.74)

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА УКРАИНЫ И ОДЕССКОГО РЕГИОНА

СОКОЛЫ И. И.

доктор экономических наук

БРОВКОВА Е. В.

аспирантка

Одесса

Глобализация мировой экономики, обострение международной конкуренции привели к росту популярности новой производственной инновационной модели, в рамках которой все участники производства объединяются в кластеры. Кластерное развитие как фактор увеличения национальной и региональной конкурентоспособности является характерным призна-

ком современной инновационной экономики. Мировая практика показала, что кластеризация экономики обуславливает и оказывает решающее влияние на процессы усиления конкурентоспособности и ускорение инновационной деятельности.

В тяжелые времена кризиса, которые переживает как мировая экономика, так и Украина, формирование кластеров сможет в значительной степени помочь украинскому обществу преодолеть возникающие трудности.

К туристическим кластерам относятся группы предприятий, сконцентрированных географически в пределах региона, которые совместно используют туристические ресурсы, специализированную туристическую инфраструктуру, локальные рынки труда, осуществляют общую маркетинговую и рекламно-информационную деятельность [2].

Проблемами создания, функционирования и развития кластеров занимались такие зарубежные и украинские ученые как Є. Безушко, М. Войнаренко, С. Куницин, А. Маршал, Л. Романюк, М. Портер, В. Прайс, С. Соколенко, І. Таленадо, С. Ткачова, Х. Шреплер и др.

В современных условиях одним из недостаточно исследованных отечественной наукой направлений изучения и моделирования туристической деятельности является кластерный анализ туристического бизнеса.

Проблемам кластерного анализа в туристической области отводится недостаточно внимания, поэтому вопрос анализа функционирования туристического бизнеса в целом и в отдельных регионах Украины в частности актуален и нуждается в более детальном изучении.

Целью статьи является исследование кластерного анализа функционирования туристического бизнеса Одесского региона.

Кластер в экономической литературе определяется как индустриальный комплекс, который сформировался на основе территориальной концентрации сетей специализированных поставщиков, основных производителей и потребителей, которые связаны технологической цепью [3].

Туристический кластер – это, в первую очередь, сообщество разных предприятий и организаций на определенной территории, которые напрямую или опосредованно связаны с предоставлением туристических услуг [1].

Для анализа структуры и динамики хозяйственной деятельности туристических предприятий Украины с учетом фактора доступности, достоверности и адекватности статистической информации предлагается избрать такие три группы показателей:

- ✦ *абсолютные показатели:* количество туристов (общее, иностранных, зарубежных) и его динамика во времени, объем потребления товаров и услуг туристической и других областей экономики (рассчитанный по рекомендациям ВТО), количество субъектов туристической деятельности (тех, которые имеют лицензии, и тех, которые фактически предоставляют туристические услуги), объем предоставленных туристических услуг, количество работников туристических предприятий;
- ✦ *относительные показатели:* объемы предоставленных туристических услуг в расчете на одно туристическое предприятие, на одного занятого, на одного туриста, сальдо туристического баланса, доля внешнеэкономических операций в сфере туризма, соотношение количества иностранных туристов и тех, что отправлены за границу;
- ✦ *структурные показатели:* мотивационная структура иностранного и зарубежного туризма, географическая структура (соотношение направлений иностранного и зарубежного туризма), региональная структура (распределение основных показателей в разрезе регионов

и группировка туристических предприятий по регионам Украины).

С целью определения факторов, которые в наибольшей мере влияют на результативность туристической деятельности в Украине, был проведен корреляционно-регрессионный анализ. Рассчитанные коэффициенты корреляции позволяют сделать вывод, что наивысшую степень тесноты связи с объемами предоставления туристических услуг имеют такие показатели:

- ✦ обеспеченность трудовыми ресурсами (средне-уčetная численность работающих, $r = 0,91$);
- ✦ обеспеченность туристической инфраструктурой (вместительность отелей, $r = 0,87$, вместительность санаторно-курортных учреждений, $r = 0,53$);
- ✦ внутренний спрос на туристические услуги (денежные доходы населения, $r = 0,67$);
- ✦ обеспеченность туристическими ресурсами (балльная оценка рекреационных ресурсов, $r = 0,65$);
- ✦ уровень экономического развития страны (ВВП на душу населения, экспертная оценка, $r = 0,55$).

Остальные выбранные показатели имеют коэффициент корреляции с объемами предоставления туристических услуг меньше, чем 0,5. В регрессивную модель были включены лишь те показатели, значение коэффициентов корреляции которых превышало 0,7. Общий вид регрессивной модели (1):

$$y = f(x_1, x_2, x_3, x_4) = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4, \quad (1)$$

где y – объемы потребления туристических услуг (тыс. грн);
 x_1 – среднеуčetная численность работающих (лиц);
 x_2 – вместительность отелей (мест);
 x_3 – денежные доходы населения (грн);
 x_4 – уровень обеспеченности туристическими ресурсами (баллы);
 a_1, a_2, \dots, a_6 – параметры модели.

Подавляющее большинство туристических предприятий Украины ориентированы на организацию выездного туризма, хотя более перспективным и прибыльным представляется прием иностранных туристов – экспорт туристических услуг.

В большинстве регионов Украины в 2009 году сальдо туристического баланса было отрицательным. Самые большие его значения – в г. Киеве (–693,8 тыс. чел.), Донецкой (–53,3 тыс. чел.), Харьковской (–33,8 тыс. чел.) и Львовской (–32,3 тыс. чел.) областях. Наибольшее положительное сальдо отмечено в АР Крым (+88,4 тыс. чел.), г. Севастополе (+50,0 тыс. чел.), Одесской области (+20,6 тыс. чел.).

Что касается региональной структуры внешнеэкономической деятельности туристических предприятий, то первое и второе места по рейтингам основных показателей стабильно занимают г. Киев и АР Крым. На третьем месте почти по всем показателями находится Одесская область.

Для обобщения результатов туристической деятельности в регионах Украины целесообразно провести их группировку с помощью кластерного анализа.

Кластерный анализ является одним из методов классификации, который предусматривает распределение исходной совокупности объектов (в нашем случае туристических предприятий определенных регионов) на кластеры (классы, группы).

Критерием объединения объектов в группы (кластеры) есть минимум расстояния в пространстве показателей, которые их описывают, поэтому в основе метода лежит понятие расстояния между объектами. В нашем случае использовалось евклидовое расстояние, которое является фактически геометрическим расстоянием в многомерном пространстве. Для объединения туристических предприятий регионов в группы воспользовались методом одиночной связи из группы агломеративных. В первом шаге он предусматривает объединение двух объектов, которые имеют между собой максимальную меру сходства, а дальше поочередно к ним присоединяются объекты с максимальной мерой сходства с одним из объектов группы. В результате агрегируются так называемые «цепочки», или «волокнистые» группы, которые объединяются лишь отдельными элементами.

В качестве объединяющих избрали семь относительных показателей, которые по смыслу можно сгруппировать таким образом:

- ✦ показатели эффективности туристической деятельности (объем предоставленных туристическими предприятиями услуг в расчете на одного занятого (x_1), на одного жителя (x_2) и на одного туриста (x_3), грн);
- ✦ показатели масштабов туристической деятельности на внешних рынках (доля иностранных туристов в общем количестве туристов, которые обслуживались туристическими предприятиями; (x_4), доля внешнеэкономических операций в структуре предоставленных услуг (x_5), %);
- ✦ показатель направления туристической деятельности (соотношение объемов въездного и выездного туризма (x_6));
- ✦ показатель динамики туристической деятельности (среднегодовой темп роста объемов предоставленных туристическими предприятиями услуг (x_7)).

Сравнивая разные варианты группировки, можно увидеть, что четко выделяются четыре стабильных группы туристических предприятий регионов Украины:

Группа 1 объединяет туристические предприятия АР Крым, городов Киева и Севастополя. Для них характерны высокая эффективность и значительные масштабы внешнеэкономической деятельности, резкое преобладание экспортного направления, а также низкий уровень динамики.

Группа 2 объединяет туристические предприятия Одесской, Николаевской, Запорожской, Львовской, Житомирской и Черниговской областей. Для них характерны средний уровень эффективности и сравнительно значительные масштабы внешнеэкономической деятельности (кроме Житомирской и Черниговской областей), преобладание экспортного направления и средний уровень динамики.

Группа 3 объединяет туристические предприятия Винницкой, Полтавской, Черкасской, Киевской, Кировоградской, Луганской областей. Для них характерны низкая эффективность и незначительные масштабы внешнеэкономической деятельности, преобладание импортного направления (кроме Черкасской и Полтавской областей, где экспортное и импортное направления приблизительно равнозначны), средний уровень динамики.

Группа 4 объединяет туристические предприятия Волинской, Ровенской, Тернопольской и Черновицкой областей. Для них характерны самая низкая эффективность и незначительные масштабы внешнеэкономической деятельности, преобладание импортного направления и сравнительно высокий уровень динамики (кроме Тернопольской области).

Туристические предприятия ряда областей по результатам кластерного анализа сложно отнести к одной из четко определенных групп. Поэтому их классификация была осуществлена с помощью дискриминантного анализа.

Для этого были рассчитаны классификационные функции на основе независимых (семь избранных показателей эффективности, масштабов, направлений и динамики внешнеэкономической деятельности туристических предприятий) и группировочных (тип группы) переменных.

Классификационные функции для каждого кластера (y_i) имеют вид:

$$y_1 = -1514.28 + 7.05x_1 + 11.36x_2 + 0.54x_3 - 7.68x_4 + 1.30x_5 + 7.64x_6 - 25.06x_7;$$
$$y_2 = -17.41 + 0.01x_1 + 0.43x_2 + 0.06x_3 - 0.27x_4 + 0.08x_5 + 0.25x_6 + 17.56x_7;$$
$$y_3 = -26.06 + 0.33x_1 + 0.86x_2 + 0.08x_3 - 0.66x_4 + 0.10x_5 + 0.54x_6 + 17.27x_7;$$
$$y_4 = -48.26 + 0.74x_1 + 1.49x_2 + 0.12x_3 - 0.57x_4 + 0.17x_5 + 0.93x_6 + 10.77x_7.$$

На основе подстановки в эти уравнения значений дискриминирующих показателей идентифицированных регионов и расчетов величины апостериорных вероятностей по каждому кластеру по критерию максимальной эти регионы были отнесены к таким группам:

- ✦ *к группе 2:* туристические предприятия Днепропетровской, Донецкой и Харьковской областей (прежде всего за счет значительных масштабов внешнеэкономической деятельности, хотя и с преобладанием импортного направления). Коэффициенты апостериорной вероятности превышали 0.90;
- ✦ *к группе 3:* туристические предприятия Закарпатской, Ивано-Франковской, Сумской, Херсонской и Хмельницкой областей. Коэффициенты апостериорной вероятности колеблются от 0.60 до 0.97.

Состав первой и четвертой групп остался неизменным.

Преимущества кластерного анализа туристической деятельности национальных предприятий с учетом возможности выхода и закрепления на внешних рынках являются очевидными. Поэтому важными аспектами

являются разработка и совершенствование законодательной базы организации туристических кластеров в Украине, становление системы обучения и подготовки специалистов по созданию и внедрению кластерной модели в сфере туризма с учетом нужд и перспектив развития регионов. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрущенко К. А., Стеченко Д. М. Наукові аспекти створення екотуристичних кластерів на Черкащині // Вісник ДІТБ.– Донецьк, 2004.– № 8.– С. 69 – 71.

2. Гонтаржевская Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник /Гонтаржевська Л. І.– Донецьк: Східний видавничий дім, 2008.– 180 с.

3. Котлер Ф., Боуэн Дж, Мейкенз Дж. Маркетинг. Гос-теприимство. Туризм. / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.– М.: ЮНИТИ, 2008.– 787 с.

4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер.– М.: Международные отношения, 1993.– 896 с.