

УДК 338.48

Горіна Г. О.

к. е. н., доцент,

*Донецький національний університет економіки і торгівлі імені**Михайла Туган-Барановського*

E-mail: gorina\_anna@mail.ru

## ТЕРМІНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

*У статті узагальнено існуючі дефініції термінів «просторова поляризація», «просторова поляризація світового туристичного ринку». Виділено рівні аналізу туристичного простору в залежності від територіальної системи, яка розглядається в якості об'єкта дослідження, а саме світовий простір як сукупність взаємодіючих між собою міжкраїнових туристичних регіонів; світовий простір як сукупність взаємодіючих між собою міжкраїнових туристичних субрегіонів; світовий простір як сукупність взаємодіючих між собою країн світу; простір окремої країни. Запропоновано виділяти дві групи факторів, які впливають на просторову поляризацію світового туристичного ринку: фактори, що забезпечують абсолютні переваги та фактори, що забезпечують відносні переваги. Визначено, що міжнародну конкурентоспроможність країни, регіону на світовому ринку туристичних послуг складають фактори інвестиційно-інноваційного характеру.*

*Ключові слова: просторова поляризація, туризм, світовий туристичний ринок, міжнародний туризм, асиметрія розвитку.*

**Постановка проблеми.** Світовий туристичний ринок характеризується нерівномірністю розвитку, викликаною відмінностями в розподілі природних ресурсів, кліматичними особливостями регіонів, культурно-історичної обумовленістю, нерівномірністю розміщення транспортної, комунікаційної, курортно-розважальної інфраструктури, асиметрією розподілу рекреаційних ресурсів тощо. У зв'язку з цим поляризаційні аспекти просторового розвитку міжнародного туризму, причини та наслідки наростання диспропорцій і асиметрії в системі «Центр-периферія» світового туристичного ринку є важливою дослідницькою проблемою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання просторової економічної поляризації отримали розвиток в працях дослідників регіональної економіки: С. С. Артоболевського [2], О. А. Головачевої [4], П. Кругмана [16], В. С. Панфілова [8], Ю. І. Паршина [9], Ф. Перру [10], Г. Річардсона [17], Т. Хегерстранда [14], А. Хіршмана [15], Дж. Фрідмана [13] та ін. Теоретичним аспектам просторової поляризації світового туристичного ринку присвячені фундаментальні та прикладні дослідження вчених: А. Ю. Александрової [1], В. І. Кружаліна [7], Д. Г. Решетнікова [11], А. І. Тарасенка [12] та ін. Разом з тим, недостатньо вивченими та розробленими, особливо у вітчизняній науковій літературі, є питання щодо просторової поляризації туристичного ринку, недостатньо висвітленими є дослідження рівнів аналізу світового туристичного простору, факторів, які спричиняють та посилюють поляризацію.

**Формування цілей статті.** Мета статті – узагальнення понятійно-категорійної бази дослідження просторової економічної поляризації, поляризації світового туристичного ринку та визначення факторів впливу на неї.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження тенденцій просторового розвитку регіонів, виділення центру і периферії, як двох основних елементів простору, набуло широкого поширення в регіональних науках. У свою чергу, визначення «просторова економічна поляризація» - є ключовою дефініцією у регіональній економіці.

Поняття просторової поляризації має різні тлумачення, однак у загальному випадку – це «...універсальний феномен регіональної економіки, що являє собою сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів, які призводять до надмірної територіальної нерівномірності в ресурсній забезпеченості, способах і результатах економічної активності» [6].

Поняття просторової поляризації досить об'ємне і має в сучасній регіональній економічній науці різні тлумачення. Найбільш повне та ґрунтовне узагальнення термінологічного апарату було зроблено С. С. Артоболевським [2].

Разом з тим, визначення просторової економічної поляризації отримало подальший розвиток в сучасних працях дослідників регіональної економіки.

На думку О. А. Головачевої, Ю. І. Паршина термін просторова поляризація доцільно використовувати «...при застосовуванні його до оцінки та зіставленні певних чинників або факторів на міжрегіональному рівні» [4, с. 34; 9, с. 31], що за сутнісною основою є зіставленням регіонів за певними факторами. У загальному сенсі під просторовою економічною поляризацією Ю. І. Паршин має на увазі «...нерівномірність економічного розвитку, що виникла внаслідок процесу нерівномірного перерозподілу

економічних ресурсів, доходів і витрат, яка виражається на різних рівнях соціально-економічного й екологічного розвитку» [9, с. 32].

В. С. Панфілов під поляризацією економічного простору пропонує вважати «...стійкі в просторі та часі суттєві диспропорції всередині та між регіональними системами (або по відношенню до середньої величини), які проявляються в різних рівнях соціально-економічного розвитку територіальних утворень» [8, с. 42].

Г. Р. Багманова вважає, що в основні поняття «поляризація» повинні лежати стійкі зв'язки і взаємозалежності, що виникають при територіальному розподілі результатів суспільного відтворення. На підставі цього твердження просторова економічна поляризація – це «...виникла внаслідок процесу перерозподілу економічних ресурсів, доходів і витрат нерівномірність соціально-економічного розвитку території, що виражається в різних рівнях соціально-економічного розвитку її регіонів» [3, с. 18].

Дослідженню закономірностей і принципів розвитку економічного простору, взаємодій різних регіонів у рамках моделі «Центр-периферія» присвячені різні теорії регіональної економіки та економічної географії. На підставі праць ряду вчених-регіоналістів: П. Кругмана [16], Перру [10], Г. Річардсона [17], Т. Хегерстранда [14], А. Хіршмана [15], Дж. Фрідмана [13] можна виділити два основних типи територіальної організації світового простору: більш розвинене ядро («центр») і тісно пов'язана з ним «периферія».

У світовому господарстві у якості центра та периферії виступають країни (групи країн і регіонів). Залежно від того, які саме територіальні системи розглядаються в якості об'єкта дослідження, доцільно виділити різні рівні аналізу туристичного простору:

– світовий простір як сукупність взаємодіючих між собою міжкраїнових туристичних регіонів (за UNWTO): Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка, Близький схід;

– світовий простір як сукупність взаємодіючих між собою міжкраїнових туристичних субрегіонів (за UNWTO): Північна Європа, Західна Європа, Центральна /Східна Європа, Південна/Середземноморська Європа, Північно-Східна Азія, Південно-Східна Азія, Океанія, Південна Азія, Північна Америка, Карибський басейн, Центральна Америка, Південна Америка, Північна Африка, Регіон пустелі сахари;

– світовий простір як сукупність взаємодіючих між собою країн світу;

– простір окремої країни, при якому в якості територіальних систем розглядаються регіони, області, райони, дестинації.

У рамках міжнародного туризму «центр» – це регіон, де концентруються туристські транснаціональні корпорації, формуються світові стандарти туристичної індустрії, зароджуються та направляються світові туристичні потоки, генеруються головні інновації у сфері туризму, які у ході просторової дифузії набувають поширення у периферії світового туристичного ринку.

За визначенням Д. Г. Решетнікова просторова поляризація світового туристичного господарства «...виражається у поглибленні якісного і кількісного розриву в рівні розвитку туризму в центральних країнах з високою концентрацією туристських потоків, інвестицій, інновацій та периферії з низькою інтенсивністю розвитку туризму і уповільненим сприйняттям інноваційних процесів» [11, с. 241].

А. І. Тарасенко визначає поляризацію світового туристичного ринку «як об'єктивний процес формування світових центрів і зон з різним рівнем концентрації туристичного попиту, капіталу та інновацій в туристичному комплексі» [12, с. 133].

А. Ю. Александрова фокусує увагу на тому, що «для концепції просторової поляризації світового туристського ринку особливо важливим є положення про міжнародний поділ праці» [1, с. 69]. У результаті міжнародного туристського поділу праці і під впливом різних факторів складається єдиний світовий ринок туризму, який має неоднорідну просторову структуру і являє собою триярусну піраміду «Центр-Напівпериферія-Периферія» [1].

В регіональній економіці вчені виділяють різні групи факторів, які впливають на просторову поляризацію регіонів.

П. Кругман виділяє чинники «першої природи» (багатство природних ресурсів, вигідне географічне положення), які мало залежать від людини, і фактори «другої природи» (агломераційний ефект, людський капітал, інституційне середовище), найбільшою мірою пов'язані з діяльністю держави і суспільства [16, с. 54].

А. А. Зінов'єва пропонує відокремлювати об'єктивні і суб'єктивні чинники. До об'єктивних факторів-впливу на просторову поляризацію, відносяться: «природно-географічні відмінності між регіонами країни, забезпеченість економічного розвитку ресурсами, технологічна специфіка і виробнича спеціалізація території, ступінь її економічної відособленості» [5, с. 256], до суб'єктивних факторів, що підсилюють просторову поляризацію – «...детермінанти інституціональної, інфраструктурної та функціонально-організаційної спрямованості, тобто тип політико-територіального

устрою, характер розподілу владних та економічних повноважень, наявність і позиції великих корпоративних структур» [5, с. 256].

В. С. Панфілов серед факторів поляризації економічного простору виділяє «...фактори, що забезпечують абсолютні переваги територіального утворення (природно-кліматичні, природно-ресурсні); фактори, що забезпечують відносні переваги територіального утворення (інфраструктурні, інституційні, соціально-демографічні)» [8, с. 42].

Поміж факторів, які впливають на просторову поляризацію світового туристичного ринку доцільно виділяти дві групи: фактори, що забезпечують абсолютні переваги та фактори, що забезпечують відносні переваги (рис. 1).



Рис. 1. Фактори впливу на просторову поляризацію світового туристичного ринку

Разом з тим, однією з сучасних тенденцій розвитку світового туристичного ринку є перехід від природно-ресурсних факторів (факторів «першої природи») до інноваційних (факторів «другої природи»). Так, вигідне рекреаційно-географічне положення, наявність природних та культурних ресурсів, сприятливі кліматичні умови виступають лише базисом, передумовою розвитку туризму. Тоді як міжнародну

конкуреноспроможність на світовому ринку туристичних послуг складають фактори інноваційного характеру:

- розвинена туристична інфраструктура;
- сучасні інноваційні технології створення та просування диверсифікованого туристичного продукту;
- розроблена нормативно-правова база, яка стимулює розвиток внутрішнього і в'їзного туризму;
- заохочення інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- наявність дослідницьких структур з питань туризму;
- ефективна система підготовки туристичних кадрів;
- наявність транснаціональних туристських корпорацій;
- привабливий імідж на міжнародній арені.

У зв'язку з цим, незважаючи на наявність сприятливих природно-ресурсних передумов, забезпеченість значними культурними ресурсами, сприятливим географічним положенням, проте в силу нерозвиненості інвестиційних та інноваційних факторів, ряд держав та регіонів займають периферійне положення в просторовій структурі світового туристичного ринку та мають низьку конкуреноспроможність туристичного продукту. Це свідчить про необхідність активізації ефективної національної та регіональної туристичної політики, раціонального використання туристичних та рекреаційних ресурсів, створення позитивного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку з метою переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку туристичної галузі.

**Висновки.** Закономірності просторової організації світового ринку туристичних послуг, його поляризації, простежуються шляхом аналізу міжрегіональних трансформацій. Ці трансформації є результатом виникнення і просторової передачі нововведення (інновації) з розвинених центрів розвитку туризму до тісно пов'язаних з ними периферіями. В залежності від того, який територіальний рівень туристичного простору досліджується, доцільно виділяти: рівень міжкраїнових туристичних регіонів, міжкраїнових туристичних субрегіонів, окремі країни світу або регіони, райони, області у рамках країни (економіки). Узагальнення літературних джерел та аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму дали змогу відокремити дві групи факторів, які впливають на місце регіону, країни у поляризованій структурі світового туристичного ринку, а саме фактори, що забезпечують абсолютні переваги (природно-

кліматичні, природно-рекреаційні, культурно-історичні, географічні) та фактори, що забезпечують відносні переваги (соціально-економічні, матеріально-технічні, соціально-демографічні, інфраструктурні, законодавчі тощо). Разом з тим, зроблено висновок щодо необхідності переходу країн до інноваційних факторів впливу, з метою забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту.

### Список використаної літератури

1. Александрова А. Ю. Пространственная поляризация мирового туристского рынка / А. Ю. Александрова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: тр. III Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова (Москва, 24-25 апр. 2008 г.). М.: Диалог культур, 2008. С. 69-77
2. Артоболевский С. С. Выравнивание уровней социально-экономического развития регионов: возможности использования зарубежного опыта // Региональная социально-экономическая асимметрия и механизмы ее выравнивания / Отв. ред. В. В. Климанов. М.: Изд-во ИНСАН, 1998.
3. Багманова Г. Р. Формирование эффективного институционального контура межбюджетных отношений в современной российской экономике: автореф. дис. на соискание наук. степни канд. эк. наук: спец. 08.00.01 "Экономическая теория" / Багманова Гульнара Рафаэлевна – Казань, 2015. – 150 с.
4. Головачева О. А. Инструменты сглаживания пространственной поляризации регионов // Современные наукоемкие технологии: региональное приложение. – 2012. – № 2 (30). – С. 34-38.
5. Зиновьева А. А. Проблемы сглаживания пространственной поляризации в экономике регионов / А. А. Зиновьева // Проблемы современной экономики. – 2011. – №4. – С. 256-259
6. Кетова Н. П., Овчинников В. Н. Региональная экономика: универсальный учебный экономический словарь. – Ростов н/Д.: Феникс, 2006. – С. 247
7. Кружалин В. И. Научное обоснование создания единой туристско-рекреационной системы / В. И. Кружалин // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: тр. III Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова (Москва, 24-25 апр. 2008 г.). М.: Диалог культур. – 2008. – С. 13-17

8. Панфилов В. С. Типология региональных образований экономического пространства / В. С. Панфилов // ВЭПС. – 2010. – №2. – С. 42-45
9. Паршин Ю. И. Оцінка нерівномірності економічного розвитку за індикаторами поляризації та асиметрії / Ю. И. Паршин // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 24. – С. 28-33.
10. Перу Ф. Экономика XX века // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. Том 4.: Век глобальных трансформаций. – М., 2004. – С. 413.
11. Решетников Д. Г. Развитие туристического комплекса Беларуси в контексте современных тенденций эволюции мирового туристического рынка / Д. Г. Решетников // Актуальные проблемы современной экономики: материалы республиканской конференции молодых ученых. – Минск: БГЭУ, 2005. – С. 240-242.
12. Тарасенок А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации: учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. – Минск: РИПО, 2014. – 144 с.
13. Friedmann J. Regional Development Policy: A Case Study of Venezuela. MIT Press, 1966.
14. Hägerstrand T. Innovationsförloppet ur korologisk synpunkt, C.W.K Gleerup, Lund, Sweden, translated & reprinted as 'Innovation diffusion as a spatial process'. 1967. P. 91-103.
15. Hirshman A. The Strategy of Economic Development. 2ed. New Haven, 1961.
16. Krugman P. R. Geography and Trade. Cambridge: MA: MIT Press, 1991.
17. Richardson H. W. Regional growth theory. – London, 1973. – 256 p.

### References

1. Aleksandrova, A.Yu. (2008). Prostranstvennaia poliarizatsiia mirovogo turistskoho rynka [Spatial polarization of the global tourist market]. Turizm i rekreatsiia: fundamentalnyie i prikladnyie issledovaniia [Tourism and recreation: fundamental and applied research]: III Mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaiia konferentsiia MHU im. M.V. Lomonosova. – III Internat. scient. and practical. Conf. Moscow State University them. Lomonosov (pp. 69-77). Moskva: Dialoh kultur [in Russian].
2. Artobolevskiy, S.S. & Klimanov, V.V. (1998). Vyravniwanie urovnei sotsialno-ekonomicheskoho razvitiia regionov: vozmozhnosti ispolzovaniia zarubezhnoho opyta [Alignment levels of socio-economic development of regions: the possibility of using



- foreign experience]. *Regionalnaia sotsialno-ekonomicheskaiia asimmetriia i mekhanizmy ee vyravnivaniia – Regional socio-economic asymmetry and its alignment mechanisms*. Moskva: Izd-vo INSAN [in Russian].
3. Bahmanova, H.R. (2015). Formirovanie effektivnogo institutsionalnogo kontura mezhibiudzhetykh otnoshenii v sovremennoi rossiyskoy ekonomike [Formation of an effective institutional circuit of intergovernmental relations in modern Russian economy]. *Extended abstract of candidates thesis*. Kazan [in Russian].
  4. Holovacheva, O.A. (2012). Instrumenty shlzhivaniia prostranstvennoy poliarizatsii regionov [Tools smoothing the spatial polarization regions]. *Sovremennye naukoemkie tekhnologii: regionalnoe prilozhenie – Modern high technologies: regional application*, 2(30), pp. 34-38 [in Russian].
  5. Zinoveva, A.A. (2011). Problemy shlzhivaniia prostranstvennoi poliarizatsii v ekonomike regionov [Problems smoothing the spatial polarization in the regions economy]. *Problemy sovremennoy ekonomiki – The problems of the modern economy*, 4, pp. 256-259 [in Russian].
  6. Ketova, N.P., Ovchinnikov, V.N. (2006). *Regionalnaia ekonomika: universalnyi uchebnyi ekonomicheskii slovar [Regional economy: universal academic Dictionary of Economics]*. Rostov n/D.: Feniks [in Russian].
  7. Kruzhalin, V.I. (2008). Nauchnoe obosnovanie sozdaniia edinoi turistsko-rekreatsionnoi sistemy [Scientific substantiation of a unified tourism and recreation system] *Turizm i rekreatsiia: fundamentalnye i prikladnye issledovaniia [Tourism and recreation: fundamental and applied research]: III Mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaiia konferentsiia MHU im. M.V. Lomonosova. – III Internat. scient. and practical. Conf. Moscow State University them. Lomonosov* (pp. 13-17). Moskva: Dialoh kultur [in Russian].
  8. Panfilov, V.S. (2010). *Tipolohiia regionalnykh obrazovaniia ekonomicheskoho prostranstva [Typology of regional formations Economic Space]*. VEPS, 2, pp. 42-45 [in Russian].
  9. Parshyn, Yu.I. (2014). Otsinka nerivnomirnosti ekonomichnoho rozvytku za indykatoramy polizryzatsii ta asymetrii [Integral estimation of the region economic development efficiency]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investment: Practice and Experience*, 24, pp. 28-33 [in Ukraine].
  10. Peru, F. (2004). *Ekonomika XX veka [The economy of the twentieth century], Mirovaia ekonomicheskaiia mysl. Skvoz prizmu vekov – World economic thought*.

*Through the prism of centuries. Vek hlobalnykh transformatsii. Moskva, Vol. 4, p. 413 [in Russian].*

11. Reshetnikov, D.G. (2005). Razvitie turisticeskogo kompleksa Belarusi v kontekste sovremennykh tendentsii evoliutsii mirovoho turisticeskogo rynka [The development of the tourist complex of Belarus in the context of current trends in the global tourism market evolution]. *Aktualnye problemy sovremennykh ekonomiki: materialy respublikanskoi konferentsii molodykh uchenykh – Actual problems of the modern economy: Proceedings of the National Conference of Young Scientists*. Minsk: BHEU [in Russian].
12. Tarasenok, A.I. (2014), *Heoekonomicheskii mehanizm obespecheniia konkurentosposobnosti turisticeskoi destinatsii [Geo-economic mechanism of maintenance of competitiveness of tourist destinations]*. Minsk: RIPO [in Russian].
13. Friedmann J. (1966). *Regional Development Policy: A Case Study of Venezuela*. MIT Press.
14. Hägerstrand T. (1967). *Innovationsförloppet ur korologisk synpunkt*, C.W.K Gleerup, Lund, Sweden, translated & reprinted as ‘Innovation diffusion as a spatial process. P. 91-103.
15. Hirshman A. (1961). *The Strategy of Economic Development*. 2ed. New Haven.
16. Krugman P.R. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge: MA: MIT Press.
17. Richardson H.W. (1973). *Regional growth theory*. – London. P. 256.

## **ГОРИНА А. А.                      ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ                      АСПЕКТЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ПОЛЯРИЗАЦИИ МИРОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА**

*В статье обобщены существующие дефиниции терминов «пространственная поляризация», «пространственная поляризация мирового туристического рынка». Выделены уровни анализа туристического пространства в зависимости от территориальной системы, которая рассматривается в качестве объекта исследования, а именно мировое пространство как совокупность взаимодействующих между собой межстрановых туристических регионов; мировое пространство как совокупность взаимодействующих между собой межстрановых туристических субрегионов; мировое пространство как совокупность взаимодействующих между собой стран мира; пространство отдельной страны. Предложено выделять две группы факторов, влияющих на пространственную поляризацию мирового*

*туристического рынка: факторы, обеспечивающие абсолютные преимущества и факторы, обеспечивающие относительные преимущества. Определено, что международную конкурентоспособность страны, региона на мировом рынке туристических услуг составляют факторы инвестиционно-инновационного характера.*

**Ключевые слова:** пространственная поляризация, туризм, мировой туристический рынок, международный туризм, асимметрия развития.

#### **GORINA G. TERMINOLOGICAL ASPECTS OF SPATIAL POLARIZATION OF THE WORLD TOURISM MARKET**

*The article summarizes the existing definitions of the terms “spatial polarization”, “spatial polarization of the world tourism market”. Depending on the territorial system, which is regarded as the object of study, levels of analysis of the tourist area are proposed. They are the totality of interacting cross-country tourist regions; the totality of interacting cross-country tourist sub-regions; the totality of interacting countries; space of a separate country. Two groups of factors influencing the spatial polarization of the world tourism market such as the factors that ensure the absolute benefits and factors that provide comparative advantages is proposed to allocate. Was determined that the country’s or region’s international competitiveness on the world tourism market constitute factors of investment and innovative character.*

**Keywords:** spatial polarization, tourism, world tourism market, international tourism, asymmetry development.

Стаття надійшла до редакції 16.01.2016 р.

## Авторська довідка

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Колодійчук Володимир Анатолійович	Kolodiichuk Volodymyr
Науковий ступінь/ Scientific degree	к.е.н.	Candidate of Economic Sciences
Вчене звання/ Scientific rank	доцент	Associate Professor
Посада/ Position	доцент кафедри міжнародної економіки та туризму	Associate Professor of the International Economics and Tourism Department
Установа/ Establishment	Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського, м. Кривий Ріг	Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhajlo Tugan- Baranovsky, Kryvyi Rih