

Теоретико-методичні засади здійснення оцінки міжнародної туристичної діяльності

Ільчук О.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Львівського інституту економіки і туризму

Городня Т.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки
Львівського торговельно-економічного університету

Сириця Ю.М.

студент
Львівського торговельно-економічного університету

Стаття присвячена актуальним питанням визначення ефективності міжнародної туристичної діяльності. Досліджено та проаналізовано підходи вчених до здійснення оцінки міжнародної туристичної діяльності. Запропоновано 4-рівневу структурно-логічну схему оцінювання туристичної привабливості підприємства на основі врахування міжнародної туристичної привабливості території.

Ключові слова: міжнародна туристична діяльність, туристична привабливість території, туристична привабливість підприємства, ефективність використання ресурсів, інтегральний показник туристичної привабливості підприємства.

Ильчук Е.А., Городня Т.А., Сыриця Ю.М. ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена актуальным вопросам определения эффективности международной туристической деятельности. Исследованы и проанализированы подходы ученых к осуществлению оценки международной туристической деятельности. Предложено 4-х уровневую структурно-логическая схема оценивания туристической привлекательности предприятия на основе учета международной туристической привлекательности территории.

Ключевые слова: международная туристическая деятельность, туристическая привлекательность территории, туристическая привлекательность предприятия, эффективность использования ресурсов, интегральный показатель туристической привлекательности предприятия.

Ilchuk O.O., Gorodnya T.A., Syrytsya Yu.M. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES FOR THE ASSESSMENT OF INTERNATIONAL TOURISM ACTIVITY

The article is devoted to the actual issues of determining the effectiveness of international tourism activities. Investigated and analyzed the approaches of scientists to the evaluation of international tourism activities. The authors offer a 4-level structural and logical scheme of estimation of tourist attractiveness of the enterprise on the basis of taking into account the international tourist attractiveness of the territory.

Keywords: international tourist activity, tourist attractiveness of the territory, tourist attractiveness of the enterprise, efficiency of the use of resources, integral indicator of tourist attractiveness of the enterprise.

Постановка проблеми. Зважаючи на той факт, що туристичний продукт являє собою комплекс туристичних послуг, слід зазначити, що існують різні структури, які забезпечують приймання та обслуговування туристів (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорт, установи культури, розваг, спорту, оздоровлення, рекреації і т.п.). Сукупність таких структур є туристичною індустрією. Усі підприємства туристичної індустрії, реалізуючи свої послуги туристам безпосередньо або через

туристичних операторів (агентів), одержують дохід як джерело відшкодування витрат та отримання прибутку. У сучасних економічних умовах, міжнародна діяльність підприємств туристичної індустрії аналогічно іншим сферам діяльності орієнтується на попит потенційних туристів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам організації міжнародної туристичної діяльності присвячені роботи В.Ф. Кифяка, В.І. Цибуха, В.К. Федорченко, М.П. Сальської та ін. науковців. Питаннями

розроблення управлінського механізму туристичного підприємства займались у своїх роботах Т.У. Фокіна, І.Т. Балабанові, В.В. Герасименко, М.І. Круглова.

Однак, незважаючи на велику кількість публікацій, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, в регулюванні міжнародної туристичної діяльності як на макро – так і на макрорівні все ще залишається ряд невирішених питань.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Туристична індустрія настільки різноманітна галузь економіки, що у своїй діяльності охоплює прямо чи опосередковано до 50 галузей господарства, у тому числі транспорт, будівництво, торгівлю, ресторанне господарство, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо.

Кожна з цих видів економічної діяльності має свою, особливу методику оцінювання ефективності результатів. Для оцінювання міжнародної туристичної діяльності часто в літературі використовують термін «туристичної привабливості території», однак досі не існує єдиного науково-обґрунтованого інтегрованого показника, який би її охарактеризував. Саме тому продовжуються пошуки найбільш оптимальної методики оцінювання міжнародної туристичної діяльності підприємства. Ще однією частиною невирішених раніше проблем є те, що часто використовуваний термін «туристична привабливість» притаманний лише для регіону, країни чи території. Однак вже сьогодні є ряд підприємств туристичної індустрії, які сформували свій бренд на світовому ринку та завдяки довірі, яку вони викликають у споживачів, спонукають розвиток туризму в тій чи іншій країні чи території.

Формулювання цілей статті. У зв'язку з вищевикладеним, основними цілями статті є дослідити фактори, що формують туристичну привабливість окремої території, їх вплив на ефективність діяльності підприємства туристичної індустрії та запропонувати методичні засади інтегральної оцінки міжнародної туристичної привабливості підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток світової економіки на засадах глобалізації засвідчив, що туризм став невід'ємним атрибутом життя цивілізованого суспільства. Це важлива складова зовнішньоекономічної діяльності кожної держави та одна з найбільших і високоприбуткових галузей світової економіки, яка попри всі трагічні події, що зазнало українське суспільство починаючи з

2014 р., демонструє виняткову життєздатність та потенціал до розвитку.

На сьогодні, головними інструментами щодо координації і регулювання міжнародної туристської діяльності є: конференції, асамблеї, зустрічі, форуми, конгреси, семінари проведені міжнародними організаціями; декларації, конвенції, резолюції, угоди, протоколи, рекомендації, прийняті на міжнародних конференціях і форумах тощо [1, с. 34].

Так, згідно Методики розрахунку обсягів міжнародної туристичної діяльності встановлено такі показники статистики туризму в Україні [2]:

- кількість іноземних (в'їзних) відвідувачів;
- кількість іноземних (в'їзних) туристів;
- кількість внутрішніх туристів;
- кількість суб'єктів галузі туризму;
- обсяг туристського споживання;
- обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму.

В. А. Квартальнов пропонує окремі показники, за якими можна оцінити ефективність розвитку туризму [3, с. 57]:

- обсяг туристичного потоку в державу;
- стан та розвиток МТБ та інфраструктури туризму;
- показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства;
- середня величина туристичних витрат за добу;
- показники розвитку міжнародного туризму.

За дослідженням М.О. Омуша, показниками, за якими можна оцінити туристичну привабливість території є [4, с. 9]:

- загальний імідж регіону;
- природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення;
- соціальна стабільність та безпека;
- транспортна доступність;
- економічна привабливість;
- духовна привабливість центрів релігійного паломництва;
- привабливість пам'яток історії;
- культурно-освітня привабливість.

Разом з тим, вважаємо, що за допомогою показників, які пропонує цей автор доцільно здійснювати характеристику факторів, які впливають на туристичну привабливість території, однак вони не є її показниками.

Тому, на нашу думку, перелік цих показників не дає точної інформації про привабливість певної території для іноземних туристів. Для визначення можливості перетворення певної території у туристичний центр і, таким чином, сприяти туристичній привабливості

слід визначити критерії та показники, за якими будуть оцінюватись її складові для досягнення максимального соціально-економічного ефекту.

Як зазначалось, процес розвитку туристичної індустрії включає велику кількість окремих елементів, і тому, для управління цим процесом необхідно дослідити значну кількість чинників, які впливають на рівень привабливості певної території для туристів та визначити показники, за якими можна оцінювати його компоненти. Так як метою управління міжнародною туристичною індустрією є створення умов для стабільного підвищення туристичної привабливості території для іноземних туристів, то ці показники повинні прогнозувати рівень розвитку туристичної галузі та давати можливість визначити цей рівень за усіма аспектами. Туристична привабливість території формується під впливом не однієї факторної ознаки, а багатьох чинників. До того ж кожна із факторних ознак окремо не чинить вирішальної дії на результат, але їхній спільний вплив є відчутним. Тому для кількісного аналізу характеру впливу багатьох факторних ознак на результуючу ознаку можна скористатися моделлю множинної кореляції та регресії. Саме таку модель доцільно використовувати для характеристики соціально-економічної сфери такої як туристична діяльність. Багатофакторний регресійний аналіз може дати змогу знайти явний вигляд залежності такого показника як туристична привабливість території від численних факторів, які впливають на його зміну і кількісно оцінити їхній спільний вплив.

Слід зазначити, що міжнародна туристична привабливість території безпосередньо впливатиме і на результативність діяльності окремого туристичного підприємства, яке функціонує на даній території, тому його ефективність буде двовимірною: з одного боку показуватиме те, наскільки цікавим є географічне положення туристичних об'єктів для туристів, а з іншого – інтенсивність роботи персоналу туристичного підприємства, який зацікавлений у збільшенні туристичного потоку, а отже і доходах підприємства.

Науковцями розроблено велику кількість методик побудови узагальнюючих показників різних процесів та явищ. Стосовно оцінювання туристичних чи рекреаційних територій, заслуговують на увагу моделі І.В. Зоріна та В.І. Азара [5, с. 61-63], які стосуються оптимізації розміщення рекреаційних чи туристичних зон і базуються на обмеженій кількості

показників, що не відображають всі аспекти туристичної діяльності в регіоні.

Згідно з моделлю І.В. Зоріна, розміщення рекреаційної системи визначається за мінімальними витратами часу на пересування до місця її розташування. Проте недоліком цієї моделі є те, що у ній не врахована основна умова розміщення рекреаційної системи – наявність у межах території, де вона планується, рекреаційних ресурсів [5, с. 76].

Досліджуючи завдання оптимізації туристичної діяльності, В.І. Азар стверджує, що найважливіше при визначенні місця розташування туристичних зон є оптимізація кількості туристів, яких можуть прийняти курорти в різні сезони за умови створення нормальних умов відпочинку і відтворення цінних природних ресурсів. Недоліком цих методів є те, що вони досліджують вигоду виробника туристичних послуг, а не самого туриста.

Відтак, аналізуючи методи оцінювання міжнародної туристичної привабливості території, зазначимо, що не існує єдиної методики визначення комплексного показника. Існують лише методики оцінювання окремих її складових чи суміжних процесів.

Таким чином, для того, щоб врахувати усю багатовекторність міжнародної туристичної діяльності на певній території, необхідно обрати систему показників, яка б дозволила не лише кількісно оцінювати її складові, але й забезпечувала прогноз розвитку подальшого підвищення туристичної привабливості території.

З метою планування, регулювання та розробки програми розвитку туристичної діяльності підприємства, необхідно визначити потенційну туристичну привабливість території, на якій функціонує підприємство, та який можна в результаті отримати соціально-економічний ефект, а також на які чинники є можливість впливати і які заходи слід вживати, щоб досягти максимального рівня туристичної привабливості території, а відтак і ефективності туристичної діяльності.

Як зазначає Ніколаєв К. Д., потенційна туристична привабливість включає такі складові:

- технічна туристична привабливість;
- економічна туристична привабливість [6, с. 34].

При цьому, основною одиницею виміру обсягів туристичної діяльності є турист як особа, що подорожує з різною метою терміном від 24 годин до одного року без здійснення оплачуваної діяльності і з зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Під технічною туристичною привабливістю розуміють потенціал території щодо можливості привабити таку кількість туристів, яку можуть прийняти засоби розміщення туристів чи загалом певний регіон з наявними туристичними ресурсами, враховуючи допустиме рекреаційне навантаження на цю територію. А економічна туристична привабливість являє собою економічно ефективну кількість туристів, які відвідали певний регіон і дали можливість досягти максимального соціально-економічного ефекту.

Ці ж показники притаманні і на рівні окремого туристичного підприємства, що здійснює міжнародну туристичну діяльність.

Для оцінювання технічної туристичної привабливості території використовують показники, які представлені у статистичній звітності туристичних підприємств чи інших установ. За допомогою статистичних показників можна визначити кількість засобів розміщення та місць у них, дізнатись, яку кількість туристів може прийняти певний регіон. Таким чином можна визначити фактичний стан розвитку туризму в певному регіоні.

Щоб визначити економічну туристичну привабливість регіону чи підприємства туристичної інфраструктури, необхідно врахувати сукупність чинників, які впливають на досягнення максимальної економічної ефективності та заходи, які слід вжити, щоб її досягти (щоб досягти максимального економічного ефекту) [6].

Таким чином, для формування туристичної привабливості як території, так і підприємства, необхідно розвивати усі складові цього процесу, такі як МТБ туризму, туристичну інфраструктуру та маркетингову політику. Для обрання методу оцінювання рівня туристичної привабливості території слід конкретизувати компоненти.

Як свідчить світовий та вітчизняний досвід, одним з найважливіших засобів підвищення туристичної привабливості території є розвиток матеріально-технічної бази туризму, включаючи туристичну інфраструктуру та відповідне інвестиційне забезпечення галузі. Оскільки для того, щоб підвищити рівень туристичної привабливості регіону самих туристичних ресурсів недостатньо. Адже місцевість, в якій відсутні сучасні готелі чи присутні погані дороги, не може привабити і, отже, не принесе високих прибутків туристичному підприємству.

Щоб досягти високого рівня конкурентоспроможності туристичному підприємству, і

разом з тим туристичної привабливості території, на якій воно функціонує, важливо вести сприятливу маркетингову політику, яка включає інформаційне забезпечення галузі та доступну для туристів цінову політику.

Наступного за ступенем рівня туристичної привабливості території можна досягти завдяки підтримці високої якості довкілля в її межах. Стимулюючи заходи з охорони природного довкілля та підвищуючи його якість, туристичне підприємство має змогу отримати соціально-економічний ефект.

Найпривабливішими для туристів є регіони, як свідчать статистичні дані розвитку туризму у світі, з високим загальним іміджем регіон, економічною та політичною стабільністю.

Отже, для формування найбільш ефективної методики оцінювання туристичної привабливості підприємства та території, слід використовувати таку систему показників, яка б виконувала наступні завдання:

- відображала внутрішньо системний взаємозв'язок показників, що характеризують процес формування туристичної привабливості території;

- охоплювала усі аспекти туристичної діяльності, тобто всесторонньо характеризувати процес підвищення туристичної привабливості території;

- систематизувала та співвідносила різні показники окремих компонентів зовнішнього та внутрішнього середовища;

- дозволяла б сформувати інтегрований показник ефективності міжнародної туристичної діяльності.

Щоб оцінити рівень туристичної привабливості, недостатньо окремих статистичних даних. Показники статистичної звітності підприємств відображають лише окремі кількісні дані рівня розвитку туризму в певному регіоні. Статистичні показники як одиничні дані мають обмежену цінність, тому що для управління процесом підвищення рівня туристичної привабливості має значення оцінка загальних тенденцій. Для того щоб охарактеризувати процес підвищення рівня туристичної привабливості території з врахуванням взаємозв'язку, взаємозалежності та взаємозумовленості його показників, необхідно скористатися принципом інтеграції. Такий принцип вимагає розробки та використання інтегрального показника, який формується шляхом акумуляції багатьох одиничних показників.

Як зазначалось, інтегральний показник рівня туристичної привабливості перебуває під впливом багатьох факторних ознак. До

того ж слід враховувати, що кожна окрема факторна ознака не справляє вирішального впливу на кінцеву висхідну ознаку, але їх сукупний вплив є відчутним. Для встановлення зв'язку між цими факторними ознаками і висхідною ознакою – рівнем туристичної привабливості території – використаємо множинний кореляційно-регресійний аналіз.

Перевагою системного підходу при формуванні схеми оцінювання міжнародної туристичної діяльності є можливість забезпечувати управлінську структуру відповідною інформацією для узгодженості різних рішень як за напрямками (виробничі, фінансові чи маркетингові), так і за рівнем стратегічні, тактичні чи оперативні та неперервність управлінських рішень.

Оскільки міжнародна туристична діяльність є складним багатогранним процесом, на який впливає велика кількість різноманітних чинників, зокрема зовнішніх, які не може змінити підприємство, але до яких може пристосувати свою роботу, то слід виокремити основні рівні формування інтегральної оцінки рівня його туристичної привабливості території.

Вибираючи показники для оцінювання чинників, які впливають на рівень туристичної привабливості території, враховуємо їх функціональне призначення та важливість кожного чинника, а також питому вагу у загальній оцінці. Але існує багато таких чинників, які, справляючи значний вплив на рівень туристичної привабливості регіону та є основою діяльності туристичних підприємств, проте кількісні показники для їхньої оцінки у статистичних збірниках не відображені.

Така ситуація склалася через невизначеність туристичної індустрії як окремої галузі економіки у Національному класифікаторі України ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД)» [7]. У названому Класифікаторі є лише окремі види економічної діяльності, які стосуються сфери туризму. Туризм за цією класифікацією входить до складу сфери послуг.

Враховуючи вимоги до показників туристичної привабливості території, визначаємо організаційну структуру, за якою буде зрозуміла послідовність оцінки міжнародної туристичної діяльності підприємства.

На рис. 1 зображено структурно-логічну схему оцінювання туристичної привабливості підприємства з метою отримання інтегрального показника туристичної привабливості підприємства.

Як свідчить послідовність оцінювання туристичної привабливості підприємства, елементи, що формують туристичну привабливість, слід аналізувати на 4-х основних рівнях :

– на першому рівні оцінюються такі елементи зовнішнього середовища, як природні туристичні ресурси, географічне розташування підприємства, його близькість до туристичних об'єктів та мобільність, а також наявність антропогенних туристичних ресурсів та перспективи їх появи чи розвитку;

– на другому рівні здійснюється дослідження ресурсної складової формування туристичної привабливості підприємства, а саме, аналізуються те, яким чином розвинена інфраструктура, тобто не лише туристичні пам'ятки, але й забезпеченість номерним фондом, місцями в підприємствах ресторанного господарства, транспортне сполучення тощо. Важливим аспектом виступає також спроможність підприємства, під якою розуміємо не лише наявність фінансових ресурсів, але й мобільність, високу ліквідність активів підприємства та платоспроможність.

– Третій рівень оцінювання туристичної привабливості підприємства характеризується конкурентоспроможністю обраного підприємства, яка ґрунтується на аналізі середнього рівня цін на аналогічні послуги підприємств конкурентів та порівняння з пропонуваними конкретним підприємством, частку на ринку, а також моніторингу інформаційного забезпечення щодо ситуації на ринку;

– Останній, четвертий рівень конкретизує критерії ефективності діяльності підприємства та якості наданих послуг, які відображатимуть показники ефективності використання наявних ресурсів підприємства, персоналу та маркетингової політики.

Висновки із цього дослідження. Таким чином, для формування інтегрального показника туристичної привабливості міжнародної туристичної діяльності підприємства слід враховувати вплив факторів зовнішнього середовища, які визначатимуть та здійснюватимуть регулятивну функцію. Тому, пропонується структурно-логічна схема оцінювання туристичної привабливості підприємства підкреслює необхідність розмежування бізнес – процесів, що забезпечують міжнародну туристичну діяльність на відповідних рівнях. Такі дії з боку керівництва туристичного підприємства допоможуть збільшити ефективність діяльності в цілому та забезпечити оптимальний розподіл витрат коштів, ресурсів та часу персоналу.

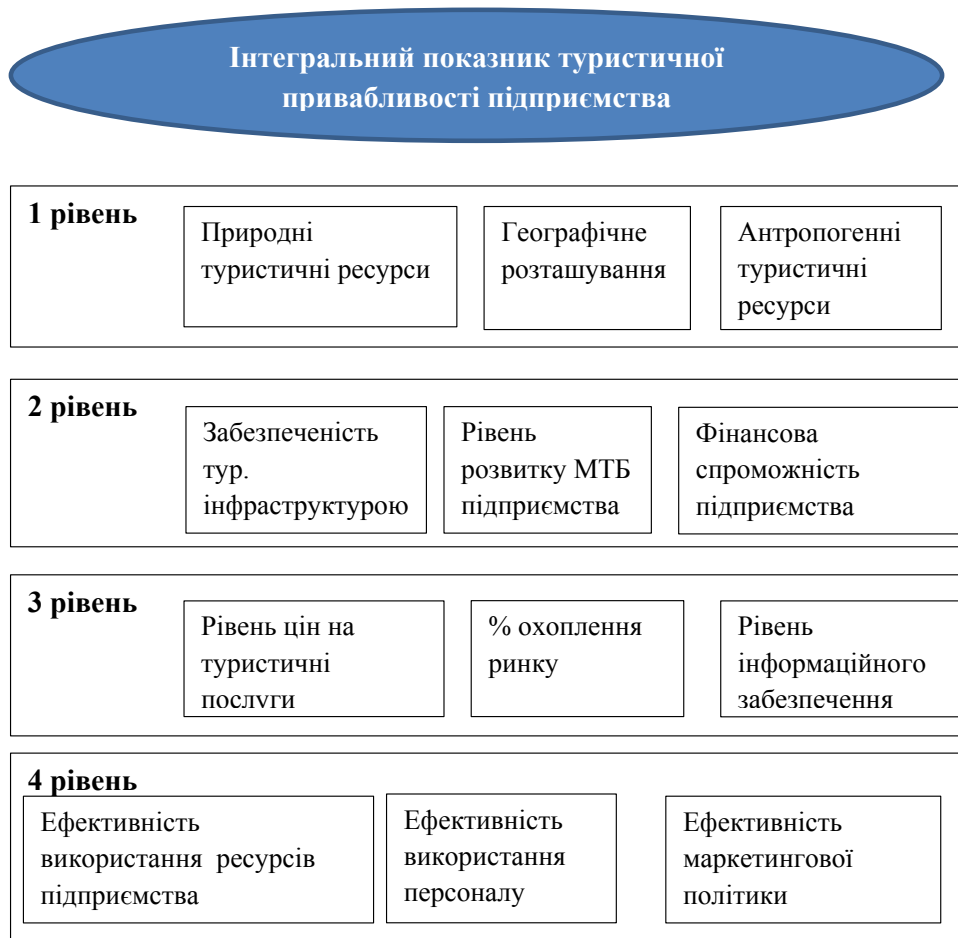


Рис. 1. Структурно-логічна схема оцінювання туристичної привабливості підприємства

(складено авторами)

ЛІТЕРАТУРА:

1. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території Монографія. – Львів: Новий Світ-2000, 2012. – 176 с.
2. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності. – Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України від 12.11.2003 р. – № 142/394. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03>.
3. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
4. Омуш М.О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії): автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.10.03; 08.10.01 / М.О. Омуш // Харківська державна академія міського господарства. – Харків, 2003. – 19 с.
5. Азар В.И. Экономика туристского рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. – М.: ИПК Госслужбы, 2009. – 203 с.
6. Ісаєнко, В.М. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь) / В.М. Ісаєнко, К.Д. Ніколаєв, К.О. Бабікова, Г.О. Білявський, І.Г. Смирнов. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/6901/1/SSR-tourism.pdf>
7. Про використання нового класифікатора видів економічної діяльності. – Лист Національного банку України від 20.12.2012 № 28-311/6300 – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v6300500-12>

REFERENCES:

1. Muzichenko-Kozlovs'ka O.V. Ekonomichne otsynuvannya turisticnoy privablivosti teritoriy. Monografiya. – L'viv: Noviy Svit-2000, 2012. – 176 s.

2. Metodika rozrakhunku obsyagiv turistichnoi diyal'nosti. – Nakaz Derzhavnoy turistichnoy administratsiy Ukraini ta Derzhavnogo komitetu statistiki Ukraini vid 12.11.2003 r. – № 142/394. [Elektronniy resurs]. Rezhim dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/zl128-03>.

3. Kvartal'nov V.A. Turizm: uchebnyk / V.A. Kvartal'nov. – M.: Finansy i statistika, 2002. – 320 s.

4. Omush M.O. Strategiya diversifikovanogo rozvitku turists'kogo kompleksu v regional'niy ekonomitsi (na prikladi Yordanii): avtoref. dis. na zdobuttya stupenya kand. ekon. nauk: spets. 08.10.03; 08.10.01 / M.O. Omush // Kharkivs'ka derzhavna. akademiya mis'kogo gospodarstva. – Kharkiv, 2003. – 19 s.

5. Azar V.I. Ekonomika turistskogo rynku / V.I. Azar, S.Yu. Tumanov. – M.: IPK Gossluzhby, 2009. – 203 s.

6. Isaenko, V.M. Strategiya stalogo rozvitku (turistichna galuz') / V.M. Isaenko, K.D. Nikolaev, K.O. Babikova, G.O. Bilyavs'kiy, I.G. Smirnov. [Elektronniy resurs]. Rezhim dostupu: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/6901/1/SSR-tourism.pdf>

7. Pro vikoristannya novogo klasifikatora vidiv ekonomichnoi diyal'nosti. – List Natsional'nogo banku Ukraini vid 20.12.2012 № 28-311/6300 – [Elektronniy resurs]. Rezhim dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v6300500-12>