

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-72>

УДК 338.48:31

ОСОБЛИВОСТІ СТАТИСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

FEATURES OF STATISTICAL RESEARCH IN THE TOURISM INDUSTRY

Марусей Тетяна Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1018-702X>

Marusei Tetiana

Kamianets-Podilskiy Ivan Ohienko National University

У статті розглянуто особливості статистичних досліджень туристичної галузі. Обґрунтовано, що статистичні показники за допомогою яких традиційно описувався туризм (кількість розміщених у засобах розміщування, кількість ночівель, число місць у готелях тощо), не дозволяють визначити його місце в економічному житті країни. Розглянуто Методологічні положення національної системи туристичної статистики, які націлені на проведення системи цілеспрямованих заходів в частині взаємної інтеграції систем статистичних спостережень. Досліджено мобільний додаток «Статистика в смартфоні», розроблений Державною службою статистики з метою подальшого вдосконалення зручності доступу користувачів до офіційної державної статистичної інформації. Проаналізовано Туристичний барометр України, як видання, яке містить дані щодо внеску туризму в сукупну пропозицію товарів, послуг в рамках національної і регіональної економіки, отримані на основі методики допоміжного (сателітного) рахунку туризму. Аргументовано необхідність впровадження системи ETIS, як системи показників, придатних для всіх туристичних напрямків, що заохочує застосовувати більш розумний підхід до планування розвитку туризму.

Ключові слова: туризм, статистика, туристична статистика, розвиток туризму, туристична галузь.

The article examines the peculiarities of statistical research in the tourism industry. It is substantiated that the statistical indicators used to describe tourism (the number of people placed in accommodation facilities, the number of overnight stays, the number of places in hotels, etc.) do not allow determining its place in the economic life of the country. Methodological regulations of the national system of tourism statistics, which are aimed at carrying out a system of targeted measures in terms of mutual integration of statistical observation systems, were considered. The following main components of the Methodological Provisions are highlighted: definition of terms and concepts; clarifying sources and procedures for obtaining data on the number of visitors (including one-day visitors), overnight stays and visitor expenses; determination of the algorithm for calculating indicators of tourism statistics at the level of regions/regions of Ukraine; formation of the main approaches and principles of compiling an auxiliary account of tourism in accordance with international standards and recommendations. The mobile application "Statistics in a smartphone" developed by the State Statistics Service with the aim of further improving the ease of user access to official state statistical information was studied. The Tourism Barometer of Ukraine was analyzed as a publication that contains data on the contribution of tourism to the overall supply of goods and services within the framework of the national and regional economy, obtained on the basis of the methodology of the auxiliary (satellite) account of tourism. The tourist barometer of Ukraine represents a detailed collection of data on tourist demand (flow of visitors, number of people placed in collective means of accommodation, museum visitors, passenger flow), tourist supply (employment in the tourism industry, investment activity, balance of payments in the industries related to tourism). The necessity is argued implementation of ETIS as a system of indicators suitable for all tourism destinations, encouraging a more intelligent approach to tourism development planning ETIS toolkit was found to provide initial support (guiding principles) and clear explanations of what indicators are (core and secondary) and how to use them. It also shows how ETIS complements other existing tools and methodologies at international and European levels.

Keywords: tourism, statistics, tourism statistics, tourism development, tourism industry.

Постановка проблеми. Статистика туризму не тільки формує інформаційну базу для прийняття управлінських рішень, а й виступає методологічною основою вивчення соціально-економічних процесів, що протікають в сфері туризму. Її роль посилюється разом з ускладненням господарських зв'язків в економіці туризму і загостренням конкурентної боротьби. У нових умовах статистика туризму покликана методологічно забезпечувати аналіз впливу численних факторів на результати господарської діяльності підприємств сфери туризму, прогнозування ринку туристичних послуг, узагальнення на мікро-, мезо- і макрорівнях, передбачення наслідків прийнятих управлінських рішень. Отже, виникає потреба у формуванні відповідної системи забезпечення публічного управління у сфері туризму надійною, достовірною й актуальною статистичною інформацією. Створення такої системи відбуватиметься ефективніше за умови формулювання основних принципів формування статистичної звітності для потреб розвитку туризму, що і визначає актуальність даної публікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемі збору та аналізу даних у туризмі багато уваги приділяють міжнародні економічні та туристичні організації, такі як Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітня рада туризму і подорожей (WTTC), Всесвітній економічний форум (WEF), Світовий Банк (WB), тощо. Окрім того, що кожна з організацій збирає дані по розвитку туризму в країнах та мають власну методологію їх аналізу, деякі організації надають рекомендації урядам держав щодо методології статистики у туризмі.

Українські вчені також присвятили певну увагу вивченню особливостей української статистики у туризмі. Серед них такі науковці як Милашко О. [3], Олесків М. [4] та Тимошенко Т. [6]. Незважаючи на вагомий внесок учених та практиків, саме вдосконалення національної системи туристичної статистики, її адаптація під потреби користувачів, переведення на доступну цифрову платформу є актуальними питаннями для досліджень. Зважаючи на це, подальші дослідження матимуть наукову цінність.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Розглянути особливості статистичних досліджень туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні туризм є одним з найбільш динамічних явищ у світовій економіці,

яке має вагомий вплив на регіональний та місцевий розвиток. Вплив туризму проявляється у стимулюванні діяльності не тільки підприємств, що задовольняють виключно туристичні потреби, але й суб'єктів багатьох суміжних галузей. Саме туристичні потоки активізують підприємництво в усіх секторах економіки, капіталізацію активів, створення робочих місць і, як результат, економічне та соціальне зростання.

Розвиток туризму пов'язується із створенням туристичного продукту, розбудовою туристичної інфраструктури, зростанням інвестицій, формуванням іміджу території. Кожне рішення потребує надійного інформаційного забезпечення, що ґрунтується на розрахунку й аналізі низки кількісних індикаторів, в основі яких лежать статистичні дані.

Вдосконалення національної системи туристичної статистики, її адаптація під потреби користувачів, переведення на доступну цифрову платформу – ось актуальні для української сфери туризму завдання, вирішення яких дасть можливість краще розуміти ринкові тенденції, закономірності розвитку туризму; просторові особливості; визначити й оцінити цільові ринки. Зрозуміла та доступна статистика туризму стає підставою для прийняття стратегічних рішень як підприємцями, так і органами державної та місцевої влади, у тому числі – пов'язаних із інвестуванням або фінансуванням туристичних проектів.

Національна система статистичних досліджень у туризмі характеризується цілою низкою суттєвих недоліків, що унеможлиблює подальше використання даних з метою прийняття стратегічних рішень. Поряд із наявністю адміністративних даних відносно туристських потоків за метою відвідування та параметрів пропозиції засобів розміщування, відсутня інформація щодо структури туристського споживання й обсягів туристських споживчих витрат, а одноденний туризм взагалі перебуває поза межами будь-яких статистичних спостережень.

Статистичні показники, за допомогою яких традиційно описувався туризм (кількість розміщених у засобах розміщування, кількість ночівель, число місць у готелях тощо), не дозволяють визначити його місце в економічному житті країни. Ця мета може бути досягнута через вдосконалення процедури обчислення туристичних потоків, а також за допомогою широкого застосування вартісних показників, методологічно порівнянних з показниками,

що застосовуються для характеристики інших галузей. На основі таких показників будується сателітний рахунок туризму, який дозволяє глибоко зрозуміти соціально-економічне значення туризму як для країни, так і для її регіонів.

Національна туристична організація України представила Методологічні положення національної системи туристичної статистики. Методика націлена на проведення системи цілеспрямованих заходів в частині взаємної інтеграції систем статистичних спостережень Державної служби статистики та організації альтернативних спостережень з метою визначення обсягів туристичного споживання та внеску туризму в економіку областей/регіонів України. Головними складовими Методологічних положень є: визначення термінів і понять; уточнення джерел і процедур отримання даних щодо кількості відвідувачів (у тому числі одноденних), ночівель і витрат відвідувачів; визначення алгоритму розрахунків показників статистики туризму на рівні регіонів/областей України; формування основних підходів і принципів складання допоміжного рахунку туризму відповідно до міжнародних стандартів і рекомендацій.

Метою допоміжного (сателітного) рахунку туризму є здійснення аналізу всіх аспектів попиту та пропозиції на товари та послуги, пов'язані з діяльністю відвідувачів, відстеження зв'язку з пропозицією відповідних товарів та послуг в рамках національної економіки, а також встановленню того, як ця пропозиція співвідноситься з іншими видами економічної діяльності. У проекті положень наведені роз'яснення щодо системи стандартних класифікацій, визначень, джерел даних та особливостей заповнення основного набору таблиць, які використовуються при складанні допоміжного рахунку туризму. Основним підходом є зустрічний збір інформації – від регіональної до національної статистики, «знизу догори» та від національної до регіональної, «зверху до низу». На регіональному рівні збираються дані щодо відвідуваності регіонів України та витрат відвідувачів на їх території, визначається внесок туризму у валовий регіональний продукт. На національному рівні – генеруються дані, отримані з регіонів, визначається внесок туризму у валовий внутрішній продукт України [1].

У своїх працях Мар'яна Олесків зазначає, що принцип партнерства полягає в тому, що як у створенні, так і споживанні статистичних даних сфери туризму беруть участь усі клю-

чові стейкхолдери суспільства: органи публічної влади, бізнес, організації громадянського суспільства, отже, виглядає логічно, щоб і в процесах збору, накопичення, зберігання, обробки і перетворення статистичної інформації брали участь усі зазначені сторони. Наприклад, тільки з боку органів публічної влади у зборі туристичної статистики беруть участь такі установи, як Державна служба статистики, Державне агентство розвитку туризму, Державна прикордонна служба, Державна податкова служба, Державна митна служба, Державна міграційна служба та Міністерство закордонних справ, Національний банк України. З боку бізнесу можуть надавати туристичну інформацію безпосередньо суб'єкти підприємництва сфери гостинності, мобільні оператори, банки та інші фінансові установи, різноманітні перевізники (авіа, залізничні, автомобільні, автобусні, морські та річкові тощо), організатори масових подій та інші. З боку організацій громадянського суспільства варто згадати туристичні та інші асоціації, різноманітні об'єднання громадян, профспілки, тощо. Окремо треба відмітити дані маркетингових досліджень, які проводять ліцензовані соціологічні установи, але замовниками таких досліджень можуть бути представники будь-якої з трьох перелічених груп дійових осіб [4].

Об'єктивна та повна статистика необхідна для оцінки різних аспектів туризму, розробки маркетингових стратегій, забезпечення і вдосконалення державної політики, зміцнення міжвідомчих відносин, оцінки ефективності та дієвості управлінських рішень і вимірювання показників туризму в масштабах національної економіки. Статистика та аналітика туризму є однією з фундаментальних умов розвитку сталого туризму, визначеного Державною стратегією розвитку туризму та курортів України до 2026 року і є одним з основних напрямків діяльності Національної туристичної організації України.

З метою подальшого вдосконалення зручності доступу користувачів до офіційної державної статистичної інформації Державна служба статистики розробила мобільний додаток «Статистика в смартфоні». Цей додаток двомовний (українська та англійська), має зручний інтерфейс і надає можливість оперативно отримувати офіційну державну статистичну інформацію з наборів даних Держстату, розміщених на Єдиному державному веб-порталі відкритих даних data.gov.ua. Офіційна державна статистична інформація згрупо-

вана за темами (галузлями статистики) – ВВП, населення, ринок праці, ціни, промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, торгівля та інші, які відображаються в головному меню. Простий інтерфейс дозволяє швидко візуалізувати обрану інформацію. Основний функціонал мобільного додатку «Статистика в смартфоні»: доступ до актуальної офіційної державної статистичної інформації; групування наборів даних за темами (галузлями статистики); візуалізацію у вигляді графіків і гістограм за обраними параметрами (показники, класифікації, територія та період [5].

Слід зазначити, що в 2020 році вперше підготовлено видання Туристичний барометр України, яке містить дані щодо внеску туризму в сукупну пропозицію товарів, послуг в рамках національної і регіональної економіки, отримані на основі методики допоміжного (сателітного) рахунку туризму. Крім того, напрацьовано методологію визначення таких важливих показників як внесок у ВРП галузей туризму, внесок у ВРП від безпосереднього обслуговування відвідувачів, ВВП, сформований безпосередньо в туризмі. При підготовці Туристичного барометру України враховано численні особливості національного законодавства та існуючої на даний час інформаційної бази. Цей пілотний проект є початком нової епохи достовірних статистичних досліджень в національному туризмі. І кожне таке рішення потребує надійного інформаційного забезпечення, що ґрунтується на розрахунку і аналізі кількісних індикаторів, в основі яких лежать статистичні дані.

Структурно представлений Туристичний барометр України репрезентує детальну збірку даних щодо туристичного попиту (потік відвідувачів, кількість розміщених у колективних засобах розміщування, відвідувачі музеїв, пасажиропотік), туристичної пропозиції (зайнятості в галузях туризму, інвестиційної активності, платіжного балансу в галузях, що відносяться до туризму. Це видання також містить дані щодо внеску туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної та регіональної економіки, отримані на основі методики допоміжного (сателітного) рахунку туризму. Принциповою відмінністю цього видання є застосований в ньому новий для української статистики туризму підхід – великі масиви даних структурної статистики щодо кількості суб'єктів господарювання, зайнятості, обсягів реалізованих послуг, дода-

ної вартості і витрат згруповані згідно викладеного у Міжнародних рекомендаціях статистики туризму 2008 року принципу – за видами туристичних продуктів, що дозволяє зробити крок у напрямку розуміння визначного місця туризму в економіці України [7].

13 квітня 2021 року Державне агентство розвитку туризму України доєдналося до презентації компанії «Google для туризму». Цей проект був створений для підтримки туризму шляхом впровадження інноваційних технологій та діджиталізації галузі. Також ДАРТ та компанія Google підписали Меморандум про співпрацю. Це стало важливим кроком на шляху до розвитку туристичної галузі та digital-трансформації України[8].

Розвиток туристичних дестинацій все частіше здійснюється з метою вирішення соціальних, культурних, економічних та екологічних викликів. Щоб допомогти фахівцям з управління туристичними дестинаціями оцінити свою ефективність щодо сталого розвитку, що є надзвичайно важливим, Європейська Комісія розробила «Європейську систему показників туризму» (ETIS). ETIS – це система показників, придатних для всіх туристичних напрямків, що заохочує застосовувати більш розумний підхід до планування розвитку туризму. Одночасно система ETIS являє собою: інструмент менеджменту (в тому числі за допомогою цифрових методів і інструментів) для фахівців, які хочуть застосовувати сталий підхід до управління туристичними дестинаціями; систему моніторингу проста у використанні для збору даних та детальної інформації, яка також дозволяє менеджерам туристичних дестинацій відслідковувати ефективність своєї діяльності в динаміці; інформаційний інструмент, корисний для політиків, представників місцевого самоврядування, туристичних підприємств та інших зацікавлених сторін, які включені до процесу формування комплексних туристичних продуктів і промоції можливостей туристичної дестинації.

Туристичні дестинації, які використовують індикатори ETIS, можуть вимірювати динаміку економічного розвитку, зважаючи на збереження різноманітних природних ландшафтів, які розташовані на відповідній території, а також забезпечити оцінку доступності туристичних локацій та туристичних об'єктів для всіх категорій відвідувачів. Тобто оцінка територій відбувається за двома напрямками: відповідальне управління туристичними дестинаціями та сталий економічний

розвиток території, доступність та дружність дестинації до різних груп і категорій споживачів. Інструментарій ETIS надає первинну підтримку (керівні принципи) та чіткі пояснення щодо того, що таке індикатори (основні та додаткові) та як їх використовувати. Він також показує, як ETIS доповнює інші існуючі інструменти та методології на міжнародному та європейському рівнях [6].

Існуюча система статистики туризму характеризується низкою внутрішніх протиріч, що серйозно ускладнює подальше використання даних з метою прийняття стратегічних рішень. Вдосконалення національної системи туристичної статистики, її адаптація до сучасних потреб користувачів, переведення на доступну цифрову платформу – це актуальні для української сфери туризму завдання, вирішення яких дасть можливість краще розуміти ринкові тенденції, відслідковувати закономірності розвитку туризму; вра-

ховувати просторові особливості; визначити і оцінити цільові ринки.

Висновки. Отже, слід зазначити, що метою статистичних досліджень є отримання достовірних даних щодо кількісних та якісних показників туристичної діяльності, а також наукове обґрунтування кількісних значень нормативних показників туристських витрат. Зрозуміла та доступна статистика туризму стає підставою для прийняття стратегічних рішень як підприємцями, так і органами державної та місцевої влади, зокрема пов'язаних із інвестуванням або фінансуванням туристичних проектів. Об'єктивна та повна статистика необхідна для оцінки різних аспектів туризму, розробки маркетингових стратегій, забезпечення і вдосконалення державної політики, зміцнення міжвідомчих відносин, оцінки ефективності та дієвості управлінських рішень і вимірювання показників туризму в масштабах національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Методологічні положення національної системи туристичної статистики в Україні. URL: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-metodology.pdf>.
2. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо діяльності колективних засобів розміщування. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2021/2_03_12_02_2021.htm.
3. Милашко О. Г. Особливості статистичного спостереження в сфері туризму. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2011_3_56.
4. Олесків М. Туристична статистика: вихідні положення розвитку. *InterConf*. 2022. № 99. С. 356–370. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.02.2022.039>.
5. Статистика в смартфоні. URL: <https://news.dtki.ua/accounting/automation/66536>.
6. Тимошенко Т. О. Концепція розумного управління туризмом в рамках виконання стратегій сталого розвитку територіальних громад. *Publ. upr. reg. rozvit.* 2021. № 3. С. 771–796. DOI: <https://doi.org/10.34132/pard2021.13.10>.
7. Туристичний барометр України: інфографіка. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-poster2020.pdf>.
8. Як компанія Google спільно з ДАРТ розвиватиме український туризм? URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-kompaniya-google-spilno-z-dart-rozvivatime-ukrayinskiy-turizm>.

REFERENCES:

1. Metodolohichni polozhennia natsionalnoi systemy turystychnoi statystyky v Ukraini [Methodological provisions of the national system of tourism statistics in Ukraine]. Available at: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-metodology.pdf>.
2. Metodolohichni polozhennia z orhanizatsii derzhavnoho statystychnoho sposterezhennia shchodo diialnosti kolektyvnykh zasobiv rozmishchuvannia [Methodological regulations on the organization of state statistical monitoring of the activities of collective means of accommodation]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2021/2_03_12_02_2021.htm.
3. Mylashko O. H. Osoblyvosti statystychnoho sposterezhennia v sferi turyzmu [Peculiarities of statistical observation in the field of tourism]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2011_3_56.
4. Oleskiv M. (2022) Turystychna statystyka: vykhidni polozhennia rozvytku [Tourist statistics: initial conditions of development]. *InterConf*, 99, 356–370. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.02.2022.039>. (in Ukrainian)
5. Statystyka v smartfoni [Statistics in the smartphone]. Available at: <https://news.dtki.ua/accounting/automation/66536>.

6. Tymoshenko T. O. (2021) Kontsepsiia rozumnoho upravlinnia turyzmom v ramkakh vykonannia stratehii staloho rozvytku terytorialnykh hromad [The concept of smart management of tourism within the framework of the implementation of sustainable development strategies of territorial communities]. *Publ. upr. reg. Rozvit*, 3, 771–796. DOI: <https://doi.org/10.34132/pard2021.13.10>. (in Ukrainian)

7. Turystychnyi barometr Ukrainy: infohrafika [Tourist barometer of Ukraine: infographic]. Available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-poster2020.pdf>.

8. Iak kompaniia Google spilno z DART rozvyvatyme ukraïnskyi turyzm? [How will Google together with STDA develop Ukrainian tourism?]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-kompaniya-google-spilno-z-dart-rozvyvatyme-ukrayinskiy-turizm>.