

Л. І. ЛЕЛИК

Львівський інститут МАУП

О. С. ГРИНЬКЕВИЧ

Львівський національний університет імені Івана Франка

РЕГІОНАЛЬНІ РЕЙТИНГОВІ ОЦІНКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 189–195

Істотні структурні зрушення у турпотоці України на користь виїзного туризму загострюють актуальність проблеми економічної та інформаційної підтримки розвитку регіональних турпродуктів. Одним із маркетингових інструментів її розв'язання може стати побудова та популяризація серед різних цільових груп учасників ринку туристичних послуг рейтингів регіонів України за розвитком індустрії гостинності.

Однією з особливих галузей національної та регіональної економік більшості країн світу є туризм. Особливість туризму обумовлена як комплексним характером видів економічної діяльності, які формують його структуру, так і яскраво вираженим поєднанням економічного та соціокультурного ефектів від реалізації турпослуг та здійснення туристичних подорожей.

В Україні ухвалено цілу низку документів програмного, у тому числі стратегічного характеру, орієнтованого на розвиток туристичної галузі, популяризацію національних і регіональних туристичних брендів. Регіональні програми розвитку туризму і курортів ухвалені у тринадцяти областях (Волинській, Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Одеській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Херсонській, Хмельницькій, Чернігівській, Черкаській, Чернівецькій) та Автономній Республіці Крим в Україні.

Програмні документи з розвитку туризму в Україні акцентують увагу на економічному та інформаційному напрямках підтримки туристичної галузі. Економічний напрям передбачає лібералізацію підприємництва в туризмі, виведення його з тіньового сектору

економіки, створення передумов державно-приватного партнерства для більш ефективного управління туристичною спадщиною і підвищення якості сервісу в туристичному секторі України.

Інформаційний напрям державної підтримки розвитку туризму покликаний популяризувати туристичні продукти регіонів України серед потенційних туристів та інвесторів. Про реальний поступ у цьому напрямі свідчить той факт, що за підсумками 2012 р. Україна вперше потрапила до низки міжнародних туристичних рейтингів і путівників. Мандрівникам з усього світу Україну радять відвідати Globe Spots, TripAdvisor, The National Geographic Traveler, The Lonely Planet [1]. У 2014 р. в рамках Конференції "Популяризація іміджу України та її туристичних можливостей" відбулась презентація нового туристичного бренду України. Нова ідея бренду акцентує увагу на тому, що Україна — особлива цивілізація, яка століттями жила "між" геополітичних, геокультурних, гео економічних "плит" світу. І ця здатність інтегрувати сформувала особливу культуру, менталітет нації — "і-і" замість "або-або" [5].

Незважаючи на заявлений, почасти декларативний характер державної та регіональної



Рис. 1. Структура туристичного потоку в Україні у 2000–2013 рр.¹.

¹ Побудовано авторами за даними [6].

підтримки туристичної галузі в Україні, проблемою залишається популяризація серед громадян країни внутрішніх туристичних подорожей. За даними Держстату, у структурі турпотоку в Україні за період 2000–2013 рр. частка внутрішніх туристів зменшилася з 67,1 % до 20,3 %, натомість частка громадян України, які виїжджали як туристи за кордон, зросла з 14,2 % до 72,9 % (рис. 1).

Суттєве переважання в Україні виїзного туристичного потоку над внутрішнім пояснюється цілою низкою чинників, серед яких — недостатній рівень популяризації регіональних туристичних брендів, проблеми з розвитком туристичної інфраструктури та якістю сервісу.

Одним із інструментів інформаційної політики у популяризації регіональних турпродуктів може стати побудова та оприлюднення рейтингів регіонів країни за розвитком індустрії гостинності, базовою складовою якої є туризм. Відсутність в Україні науково обґрунтованих методик побудови рейтингів в індустрії гостинності обумовлює актуальність і практичну значущість визначеного напрямку дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування комплексу показників, які характеризують потенціал регіонів України у розвитку індустрії гостинності і визначають інформаційну складову інтегральної оцінки розвитку цієї галузі регіональної економіки. Відповідно до визначеної мети основними завданнями дослідження є:

- визначення соціально-економічного змісту індустрії гостинності як об'єкта комплексного оцінювання в регіональній економіці;
- типологізація послуг в індустрії гостинності та суб'єктів їх надання з метою визначення та структуризації комплексу показників ресурсного потенціалу розвитку індустрії гостинності.

Інтерес до індустрії гостинності як об'єкта наукових досліджень з'явився порівняно недавно і завдячує цьому потребам практиків у галузі економіки та менеджменту в туризмі. Саме поняття “гостинність” запропоноване для науково-практичного використання європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТ-РЕК), утвореної у 1982 р. [3]. Дослі-

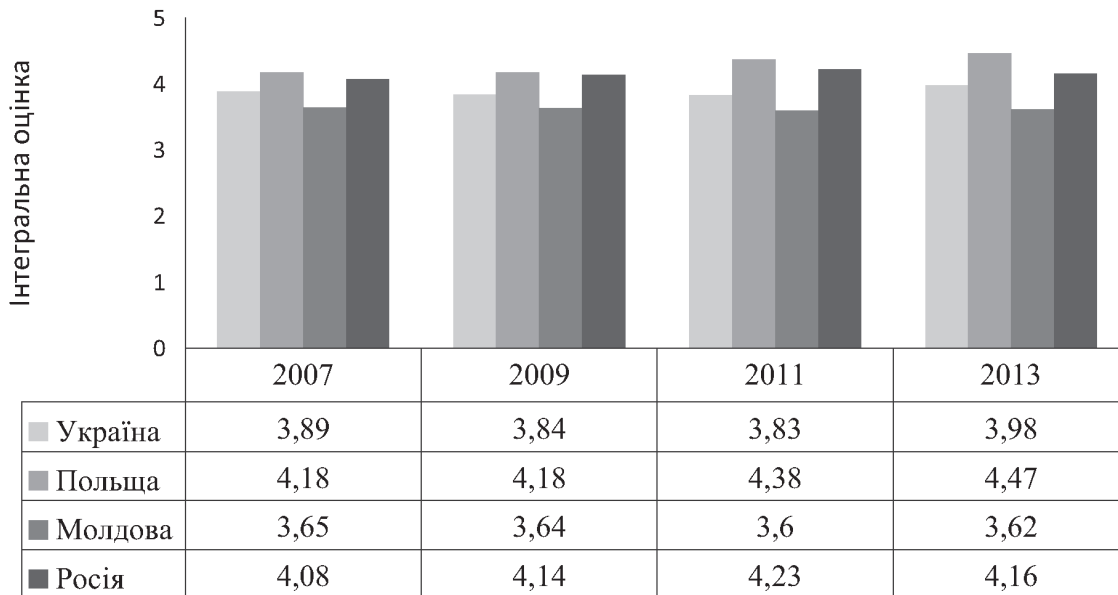


Рис. 2. Динаміка інтегральних оцінок конкурентоспроможності окремих країн у туризмі згідно з розрахунками Всесвітнього економічного форуму²

² Побудовано авторами за даними [8–11].

дженням понятійно-категоріального апарату в індустрії гостинності присвячені праці таких вітчизняних авторів, як І. О. Бочана, Г. Я. Круть, М. П. Мальської, І. Г. Пандяк та ін. Серед зарубіжних авторів відомими у відкритих літературних джерелах є публікації з досліджуваної тематики Р. А. Браймера, Д. І. Єлканова, Д. А. Осипова, Г. А. Папиряна, В. В. Романова, Є. В. Сорокіна, Дж. Р. Уокера.

Вивчення літературних джерел з тематики дослідження [3; 4; 7] дає підстави визначити індустрію гостинності як комплексну сферу діяльності працівників, які задовольняють різноманітні запити. З точки зору інституціонального підходу, індустрію гостинності можна означити як сукупність готелів та інших засобів розміщування, туроператорів та турагентів, підприємств ресторанного бізнесу, а також інших суб'єктів бізнесу, які надають послуги з транспортування, відпочинку і розваг для різних категорій мешканців і гостей міста, регіону чи держави.

Незважаючи на підвищений інтерес до розвитку індустрії гостинності як комплексної сфери практичної діяльності та об'єкта наукових досліджень, практично відсутні-

ми у науковій літературі є дослідження, пов'язані з побудовою інтегральних оцінок як інструменту маркетинг-менеджменту в індустрії гостинності.

На міжнародному рівні прикладом побудови та використання інтегральних оцінок в означеній вище сфері є інтегральна оцінка конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (ТТСІ). Рейтинг країн на основі ТТСІ проводиться експертами Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) в Давосі спільно з Міжнародною асоціацією авіаперевезень (ІАТА), Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC) і Всесвітньою туристичною організацією ООН (UNWTO) [8]. Оцінка конкурентоспроможності країни у сфері туризму за трьома блоками показників [7]: 1) субіндекс А "Нормативно-правова база"; 2) субіндекс Б "Туристичне бізнес-середовище та інфраструктура"; 3) субіндекс В "Людські, культурні і природні ресурси". Порівняння охоплює 139 країн та визначає ТТСІ з використанням даних з відкритих джерел, інформації від установ та експертів у галузі міжнародного туризму і подорожей, а також результатів опитування керівників компаній.

Послуги в індустрії гостинності та суб'єкти, які їх надають³

Вид послуги	Суб'єкти, які надають послуги гостинності або відповідні ресурси
Розміщення	Колективні засоби розміщування (КЗР)
Переміщення	Туристичні організації
Харчування	Підприємства ресторанного господарства
Культурно-розважальні послуги	Театри, музеї, кіноконцертні зали, клуби, паби, казино, виставкові зали
Послуги рекреації	Рекреаційні зони, природні парки

³ Складено авторами.

Незважаючи на певні розбіжності у національних методиках розрахунку статистичних показників як складових ТТСІ, суб'єктивний характер оцінювання цілої низки інших часткових показників у рейтингу конкурентоспроможності країни в сфері подорожей і туризму, методика Всесвітнього економічного форуму забезпечує високу кореляцію ТТСІ з обсягами міжнародних туристичних подорожей до країни, а відповідно — практичне значення рейтингу. Динаміку інтегральних оцінок конкурентоспроможності України та деяких інших країн — її сусідів у сфері подорожей та туризму, відображено на рис. 2.

Прикладом побудови інтегральних оцінок у сфері готельно-туристичного бізнесу є проект, який організував Клуб готельєрів та рестораторів HOTELIERO. Клуб ініціював спеціальний форсайт “Індустрія гостинності 2022: найгостинніша країна Європи”. Проект передбачає спеціальне опитування експертів, якими виступають як провідні гравці індустрії гостинності, так і зовнішні фахівці: економісти, соціологи, культурологи тощо. Метою форсайту є не лише прогнозування сценаріїв майбутнього, а й вироблення стратегічних ідей та ініціатив, які об'єднують галузь у спільній дії задля досягнення мети перетворити Україну на найгостиннішу країну Європи. На жаль, на офіційному сайті HOTELIERO [2] відсутні конкретні критерії та результати побудови рейтингу країн за розвитком індустрії гостинності.

Вивчення літературних джерел з питань індустрії гостинності дає підстави стверджувати, що основними видами послуг, які характеризують ресурсний потенціал цієї сфе-

ри, є: розміщення; переміщення; харчування; культурно-розважальні заклади; послуги рекреації. Суб'єкти, які надають послуги в індустрії гостинності і використовують для цього людський, матеріально-технічний, фінансовий, інфраструктурний потенціал, систематизовано у табл. 1.

Комплекс показників в інтегральній оцінці розвитку індустрії гостинності можна формувати за різними системоутворюючими ознаками. Основними з них, на нашу думку, є такі: 1) характер послуги гостинності; 2) тип суб'єкта, який її надає; 3) ресурси, які використовуються у процесі виробництва і реалізації послуг гостинності. З метою кількісного оцінювання розвитку індустрії гостинності за типами відповідних суб'єктів діяльності у табл. 2 систематизовано перелік показників, які характеризують ресурсний потенціал визначених вище типів суб'єктів.

Наведені у табл. 2 показники запропоновані за результатами вивчення існуючих програм державних статистичних спостережень за діяльністю суб'єктів підприємництва в індустрії гостинності, а також розвитком транспортної інфраструктури в Україні. Водночас для цільової аудиторії “туристи” більш цікавими і практично значущим, з точки зору вибору регіону подорожі, буде зосередження уваги не лише на бізнес-середовищі в індустрії гостинності, а й насамперед на соціокультурному та природному потенціалі регіону, його безпеці. З огляду на інтереси різноманітних центрів прийняття рішень в індустрії гостинності, а також розглянуту вище міжнародну методичку побудови індексу конкурентоспроможності країни у сфері подорожей і туриз-

**Показники ресурсного потенціалу суб'єктів підприємництва
в індустрії гостинності⁴**

№ з/п	Тип суб'єкта індустрії гостинності	Показники ресурсного потенціалу
Розміщення		
1.	Колективні засоби розміщування (КЗР)	1) Місткість готелів та аналогічних засобів розміщування (юридичні та фізичні особи). 2) Площа садіб у сільському зеленому туризмі, м ² . 3) Місткість турбаз, гірських притулків (юридичні та фізичні особи), місць. 4) Кількість структурних підрозділів сфери сервісу у розрахунку на 1 КЗР (юридичні особи), одиниць
Переміщення		
2.	Туристичні організації	1) Кількість суб'єктів туристичної діяльності, одиниць. 2) Щільність автодоріг загального користування з твердим покриттям. 3) Щільність залізничних колій
Харчування		
3.	Підприємства ресторанного господарства	1) Кількість посадкових місць, одиниць. 2) Кількість об'єктів ресторанного бізнесу
Культурно-розважальні послуги		
4.	Театри, музеї, кіноконцертні зали, клуби, паби, казино, виставкові зали	1) Кількість місць у залах для демонстрування фільмів, одиниць. 2) Кількість місць у клубних закладах. 3) Кількість музеїв, одиниць. 4) Кількість театрів, одиниць
Послуги рекреації		
5.	Рекреаційні зони, природні парки	1) Площа парків, які перебувають у сфері управління Міністерства культури, га. 2) Кількість зоопарків, цирків, одиниць. 3) Кількість об'єктів дозвілля, одиниць

⁴ Складено авторами за матеріалами публікацій Держстату.

му, вважаємо, що модель інтегральної оцінки розвитку індустрії гостинності може бути описана за структурно-логічною схемою показників, яка зображена на рис. 3.

Перелік показників, які характеризують соціокультурний та природний потенціал розвитку індустрії гостинності в регіоні, наведено у табл. 3.

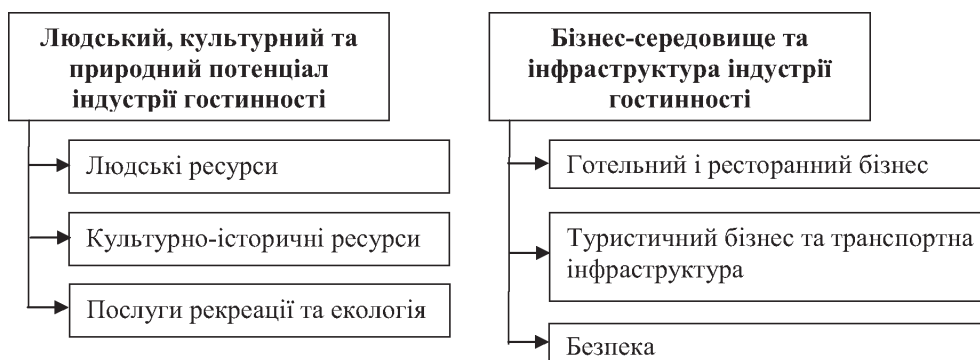


Рис. 3. Структурно-логічна модель комплексу показників інтегральної оцінки розвитку індустрії гостинності⁵

⁵ Побудовано авторами.

**Показники оцінки соціокультурного та природного потенціалів
розвитку індустрії гостинності⁶**

Ресурси	Показники
Людські ресурси	<ul style="list-style-type: none"> • Частка зайнятих в індустрії гостинності (готелі, ресторани, суб'єкти туристичної діяльності), осіб
Культурно-історичні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> • Кількість музеїв у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць. • Кількість театрів у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць. • Кількість клубних закладів на 10 тис. населення, одиниць
Послуги рекреації та екологія	<ul style="list-style-type: none"> • Площа парків (частка у всій території), га. • Кількість об'єктів дозвілля у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць. • Кількість викидів в атмосферне повітря у розрахунку на одну особу, кг

⁶ Складено авторами за матеріалами публікацій Держстату.

**Показники оцінки бізнес-середовища та інфраструктури розвитку
індустрії гостинності⁷**

Ресурси	Показники
Готельний і ресторанный бізнес	<ul style="list-style-type: none"> • Місткість готелів та аналогічних засобів розміщування у розрахунку на 10 тис. населення, місць. • Місткість турбаз, гірських притулків, студентських літніх таборів у розрахунку на 10 тис. населення, місць. • Кількість структурних підрозділів сфери сервісу у розрахунку на 1 КЗР, одиниць. • Кількість об'єктів ресторанного бізнесу у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць. • Кількість посадкових місць в об'єктах ресторанного бізнесу у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць
Туристичний бізнес та транспортна інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> • Кількість суб'єктів турбізнесу у розрахунку на 10 тис. населення, одиниць. • Щільність автодоріг з твердим покриттям (км на 1000 кв. км території). • Щільність залізничних колій (км на 1000 кв. км території)
Безпека	<ul style="list-style-type: none"> • Кількість зареєстрованих злочинів у розрахунку на 10 тис. населення, випадків

⁷ Складено авторами за матеріалами публікацій Держстату.

У табл. 4 наведено показники, які характеризують потенціал розвитку бізнес-середовища та інфраструктури індустрії гостинності в регіоні.

Отже, різноманітність проявів гостинності та показників її оцінювання зумовлює необхідність згортки критеріїв, а відповідно — побудови інтегральних оцінок розвитку індустрії гостинності. Загалом інтегральні оцінки виступають орієнтирами: для населення — у виборі найпривабливіших регіонів для подорожі; для суб'єктів турбізнесу — у формуванні бізнес-портфеля турпродуктів за регіонами України; для органів регіонального управління — в оцінюванні ефективнос-

ті регіональної політики розвитку індустрії гостинності та обґрунтуванні шляхів її удосконалення.

Напрямом подальших досліджень є розрахунок інтегральної оцінки розвитку індустрії гостинності в регіонах України за запропонованою структурно-логічною моделлю та визначеними показниками.



Література

1. Інформаційно-аналітичний бюлетень Кабінету Міністрів України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.info-kmu.com.ua/2013-08-01/article/15560451.html>

2. Клуб готельєров и рестораторов HOTELIERO // Офіц. веб-сайт. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://hoteliero.ua/projects/forsite/>

3. Круть Г. Я. Основи готельної справи: Навч. посіб. / Г. Я. Круть. — К.: Центр учбової л-ри, 2011. — 368 с.

4. Основы индустрии гостеприимства: Учеб. пособие / Д. И. Елканова., Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. — М.: Дашков и Ко, 2010. — 248 с.

5. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tourism.gov.ua/ua/news/26901/>

6. Туристичні потоки. Статистична інформація Державної служби статистики України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

7. Управління конкурентоспроможністю в туризмі: макро- і мікрорівень: Монографія / За ред. І. О. Бо-

чана, С. В. Васильчак, О. С. Гринькевич, А. В. Івануси, О. М. Вітер. — Л.: ЛІЕТ, 2012. — 208 с.

8. Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2013.pdf

9. Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf

10. Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf

11. Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2007.pdf

На основі системного та інституційного підходів до вивчення індустрії гостинності обґрунтовано основні ознаки її структуризації. Такими ознаками є: 1) тип послуги гостинності; 2) тип суб'єкта, який її надає; 3) ресурси, які використовуються у процесі виробництва і реалізації послуг гостинності. Для побудови та порівняльного аналізу інтегральних оцінок розвитку індустрії гостинності в регіонах України запропоновано відповідну структурно-логічну модель та статистичні показники оцінювання.

На основе системного и институционального подходов к изучению индустрии гостеприимства обоснованы признаки ее структуризации. Такими признаками являются: 1) тип услуги гостеприимства; 2) тип субъекта, который ее предоставляет; 3) ресурсы, используемые в процессе производства и реализации услуг гостеприимства. Предложены структурно-логическая модель и статистические показатели для построения и сравнительного анализа интегральных оценок развития индустрии гостеприимства в регионах Украины.

The signs of structuring in hospitality industry are adjusted based on a systematic and institutional approaches to its study. These signs are: 1) kind of hospitality services; 2) the type of entity that it provides; 3) the resources, used in the production process and the implementation of hospitality services. It is offered the structural logic model and statistical indicators for the construction and comparative analysis of integral estimates of the hospitality industry in the regions of Ukraine.

Надійшла 14 травня 2014 р.