

Юхновська Ю.О.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри «Фінанси та економічна безпека»,
Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту
імені академіка В. Лазаряна

Yukhnovska Yulia

Dnipropetrovsk National University of Railway Transport
named after academician V. Lazaryan

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ТА РЕГІОНІВ

У статті проаналізовано публікації вітчизняних та іноземних науковців щодо методичних підходів до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів; досліджено фактори, які впливають на конкуренцію в туристичній галузі; узагальнено, охарактеризовано основні фактори, що визначають туристичну привабливість регіонів України; наведено фактори оцінювання потенціалу туристичної галузі країни та регіонів, до яких належать історико-культурна спадщина, природно-рекреаційні умови та ресурси, інфраструктура, інформація, фінанси, інвестиції, управління, соціальні умови, кадрове забезпечення, екологічні умови та архітектурно-естетичні умови; виявлено основні проблеми комплексного оцінювання туристичного потенціалу країни та регіонів; доведено доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни, сфери чи певного регіону; запропоновано модель оцінювання потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації.

Ключові слова: туризм, туристичний потенціал, оцінка туристичного потенціалу, комплексне оцінювання, туристична галузь.

Постановка проблеми. Оцінювання туристичного потенціалу країни та її регіонів є першочерговим завданням забезпечення розвитку туристичної галузі та важливою передумовою її планування на національному й регіональному рівнях, оптимізації просторової та господарської організації територіальних туристичних комплексів. Без даних об'єктивної оцінки туристичного потенціалу виникають складності залучення інвесторів, які допоможуть щодо модернізації інфраструктури туристичної та курортно-рекреаційної галузі. Тематиці дослідження оцінювання туристичного (рекреаційного) потенціалу країни та окремих регіонів присвячено безліч наукових праць, однак оцінювання рівня туристичного потенціалу регіонів та їх забезпеченості туристичними ресурсами є проблематичним та лише частково вирішене в оціночних економічних чи географічних параметрах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням методології оцінювання туристичного потенціалу присвячували свої праці такі провідні науковці, як І. Бережна, З. Герасимчук, І. Зелінський, В. Мацала, В. Мацола, Г. Михайліченко, М. Нудельман, В. Руденко, Л. Черчик, Ю. Шабардіна. Ресурсно-географічному оцінюванню присвячено праці А.Ю. Александрової, Е.О. Байкова, М.Г. Бойко, А.В. Бураченко, О.С. Віханського, М.Г. Воронцової, Ю.Б. Забалдіної, І.В. Зоріна, О.М. Ільїної, Д.К. Ісмаєва, Г.О. Карпової, А.М. Лапи-

ної, О.О. Любіцевої, Я.Б. Олійника, В.С. Сеніна та інших учених. Формуванню складових інноваційного потенціалу підприємств та параметрам його оцінювання присвячено публікації В.М. Гейця, Т.І. Тищенко, А.М. Тихонова, В.О. Василенка, В.Г. Шматька, Л.І. Скібіцької, Л.І. Федулової. Всі ці праці збагачують теоретико-методологічний інструментарій інноваційного розвитку, сталого використання обмежених ресурсів в практиці господарювання суб'єктів туристичного бізнесу, однак не вирішують питання реальної вартості туристичного потенціалу відповідно до цінності, унікальності, ієрархічності, значущості, а також як ресурсу туристичного виробництва та джерела залучення туристів до споживання туристичного продукту.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до оцінювання туристичного потенціалу України та її регіонів, вивчення складових компонентів туристичного потенціалу, етапів та показників його оцінювання, а також методів визначення.

Виклад основного матеріалу. Дослідження туристичного потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів полягає у визначенні ефективності використання ресурсів, визначенні потенційної спроможності конкурувати на ринку, виставляючи всі свої пропозиції на ринок, а також у визначенні попиту на ці пропозиції. Навіть за наявності чудових природно-кліматичних, культурно-історичних ресурсів можна мати низький рівень попиту,

а це означає, що стратегія чітко не визначена, туристична галузь не є пріоритетною галуззю регіону.

Крім того, на конкурентну боротьбу в туристичній сфері регіонів впливають попит на туристичні послуги, сезонність, поява конкуруючих підприємств в інших регіонах (відмінність застосування стратегій), наявність кваліфікованого персоналу. Автором на основі аналізу літературних джерел [4; 5; 6] узагальнено, охарактеризовано основні фактори, що визначають туристичну привабливість регіонів України:

- екологічний (загальний екологічний стан, що склався у регіоні та характеризується такими показниками, як наявність природних ресурсів, екологічна складова та кліматичні умови, ризики катастроф, рівень розвитку сільського господарства, обсяги споживання свіжої води, скидання забруднених зворотних вод без очищення або недостатньо очищені природні поверхневі водні об'єкти, викиди забруднюючих речовин до атмосфери);

- політичний (показники, що містять інформацію щодо правого регулювання розвитку туристичної діяльності в країні, рівня криміногенності);

- економічний (показники, що відображають рівень інфляції, безробіття, прибутки та ціни на туристичні товари й послуги, обсяг інвестицій в основний капітал, вклад туристичної сфери в макроекономічних показниках);

- інфраструктура (показник, що свідчить про стан автошляхів і зв'язку, готельних комплексів, закладів харчування та проведення дозвілля, застосування комп'ютерних технологій, мережі Інтернет, комунікаційних технологій, транспорту (швидкісні поїзди, паромі, літаки));

- соціальний (показники, що характеризують демографічний стан у регіоні та країні, тобто рівень природного приросту, наявність субкультур у регіоні та країні загалом, кількість безробітного населення до працездатного, працездатного та непрацездатного віку);

- культурний (кількість загальноосвітніх навчальних закладів, ВНЗ, книжковий фонд бібліотек, кількість місць для глядачів у залах демонстрування фільмів, кількість місць у клубних закладах).

Наявність зазначених факторів зумовлює необхідність можливості оцінювання туристичної привабливості українських регіонів для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туристичної галузі, що дасть змогу сформувати в майбутньому ефективну стратегію розвитку туризму в регіонах шляхом її підтримки та стимулювання на державному рівні.

Доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни, галузі чи певного регіону пояснюються виявленням тих територій, стимулювання розвитку яких приведе до можливості отримання якнайшвидших економічних результатів, тобто сукупності ефектів. Під час оцінювання туристичного потенціалу слід урахувувати всю сукупність внутрішніх (ендогенних) та зовнішніх (екзогенних) факторів, що обумовлюють пріоритети та перспективи розвитку туризму в цьому регіоні території [7] (табл. 1).

За допомогою такої послідовності аналізу можна найбільш повно описати та проаналізувати сучас-

ний стан потенціалу туристичної галузі України та її регіонів. До того ж це дає змогу поетапно та всебічно зібрати матеріал та оцінити туристичний потенціал не відокремленим чином від усіх факторів, тобто оцінити туризм області як важливу частину розвитку, що значно впливає на всі фактори життя населення та економічного розвитку. Такий підхід до оцінювання туристичного потенціалу демонструє важливість та перспективність туристичної галузі будь-якого регіону.

Таким чином, на основі опрацьованих джерел ми можемо зробити висновок, що основною проблемою в комплексному оцінюванні туристичних ресурсів є їх розмежування під час оцінювання. Відзначимо, що перешкодами формування єдиної (універсальної) методики оцінювання ресурсів території для розвитку сфери туризму є не тільки відмінність у фізико-географічних умовах регіонів та їх соціально-економічному розвитку, що визначають набір параметрів оцінювання, але й сама форма проведення оцінювання. Запропоновані методичні підходи науковцями спрямовані на визначення рейтингу туристичних регіонів, порівняння цих показників, але така система підрахунку сама по собі не забезпечує аргументованого та об'єктивного вибору стратегії розвитку туристичного комплексу, визначення пріоритетних напрямів та можливостей.

Зазначимо, що оцінка окремих ресурсних складових туристичної галузі не може бути використана сама по собі, тому що вона є суб'єктивною. Основною проблемою щодо визначення єдиної методики оцінювання туристичного потенціалу є те, що до галузі туризму належать підприємства, що входять до різних інших економічних галузей, у межах діяльності яких важко визначити те, яка частина доходів отримана саме від туристів, а яка – від інших споживачів. Абсолютні статичні показники не дають правильної відповіді про те, наскільки ефективно працює туристична галузь у певній країні або регіоні.

Для отримання достовірних результатів щодо оцінювання туристичного потенціалу країни або регіону необхідно використовувати комплексні методики, які надають інтегрований результат за декількома показниками. Іншою ситуацією, яку треба враховувати під час таких досліджень, є ефективність використання тих ресурсів, які має країна або регіон і які впливають на загальну привабливість туристичного напрямку.

Третій аспект, якому сучасні вчені, приділяють недостатньо уваги, – це наявність певних факторів, дія яких має суттєвий (переважно негативний) вплив на загальну затребуваність туристичного напрямку в контексті загальної соціальної, економічної чи політичної ситуації.

Аналіз наявних методів та проблем оцінювання туристичного потенціалу країни або регіону, необхідних для розвитку галузі туризму, дає змогу зробити такі висновки. В методиках оцінювання туристичних ресурсів використовується обмежена кількість параметрів оцінювання, що не дає повного уявлення про стан ресурсного потенціалу розвитку туризму та рекреації регіону (зазвичай використовують параметри оцінювання окремих ресурсів, а саме природних, рекреа-

Групи факторів для оцінювання потенціалу туристичної галузі регіону

Група	Фактори
Історико-культурна спадщина	<ul style="list-style-type: none"> – Насиченість території історико-культурними пам'ятками; – рівень значущості історико-культурних пам'яток (світове, національне, державне надбання); – кількість необхідного та достатнього часу для огляду цінностей, що розраховується задля порівняння різних територій для розвитку історико-культурного туризму; – історична, культурна, інша цінність пам'яток; – сучасний стан та рівень збереженості історико-культурних ресурсів.
Природно-рекреаційні умови та ресурси	Рельєф, водні об'єкти, ландшафти та зонування територій, ґрунти, гідромінеральні ресурси, сільськогосподарські угіддя, корисні копалини, ліси, клімат та біоклімат тощо.
Інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> – Забезпеченість території засобами розміщення для різних категорій туристів та рекреантів; – кількість місць у засобах розміщення; – коефіцієнт завантаження засобів розміщення; – прибуток із розрахунку на 1 місце у закладах розміщення; – кількість працівників означеної галузі; – середня площа засобів розміщення в розрахунку на 1 місце, м²; – кількість підприємств ресторанного господарства; – кількість посадочних місць у підприємствах ресторанного господарства в розрахунку на тисячу жителів регіону; – товарообіг підприємств ресторанного господарства.
Інформація	<ul style="list-style-type: none"> – Законодавча база щодо питань розвитку та використання засобів масової інформації; – рівень розвитку засобів масової інформації, інформаційних систем та технологій; – технологічні можливості використання інформаційних систем та технологій суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; – наявність спеціалізованих інформаційних продуктів для туристично-рекреаційної сфери.
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"> – Державні дотації у сферу туризму та рекреації; – кошти споживачів, сплачені за туристично-рекреаційні послуги; – кошти суб'єктів господарювання, спрямовані на розроблення та впровадження нових технологій використання туристичних ресурсів; – фінансування заходів, вжиття яких спрямоване на підвищення рівня обслуговування туристів та якості послуг, що надаються.
Інвестиції	<ul style="list-style-type: none"> – Обсяг внутрішніх та іноземних інвестицій у туристично-рекреаційну сферу; – обсяг реальних та портфельних інвестицій у туристично-рекреаційну сферу; – кількість укладених договорів з інвесторами; – кошти інвесторів, спрямовані на будівництво, реконструкцію та модернізацію туристично-рекреаційних підприємств; – кошти інвесторів, спрямовані на створення або розвиток підприємств туристично-рекреаційної інфраструктури; – кількість новоутворених підприємств завдяки інвестиційній діяльності.
Управління	<ul style="list-style-type: none"> – Нормативно-правові акти, що регулюють діяльність туристично-рекреаційної сфери; – показники ефективності управлінської праці; – коефіцієнт оперативності роботи апарату управління; – надійність системи управління; – стабільність системи управління.
Соціальні умови	<ul style="list-style-type: none"> – Кількість працівників туристично-рекреаційної сфери; – кількість навчальних закладів усіх видів, які здійснюють підготовку спеціалістів туристичного профіля; – ліцензійний обсяг навчальних закладів усіх видів для підготовки спеціалістів туристичного профіля.
Кадрове забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – Ринок робочої сили, який забезпечує туристично-рекреаційні підприємства обслуговуючим персоналом; – експерти та консультанти з підбору кадрів; – навчальні заклади різних рівнів, які забезпечують підготовку спеціалістів для сфери туризму та рекреації; – навчальні заклади, які забезпечують підготовку спеціалістів економічного та юридичного профілів.
Екологічні умови	Рівень забрудненості повітряного басейну, водних об'єктів, забруднення ґрунтів, наявність електромагнітних хвиль, шум, радіаційне забруднення.
Архітектурно-естетичні умови	Наявність заповідників, пам'яток архітектури та містобудування, археології, історії, природи, культури.

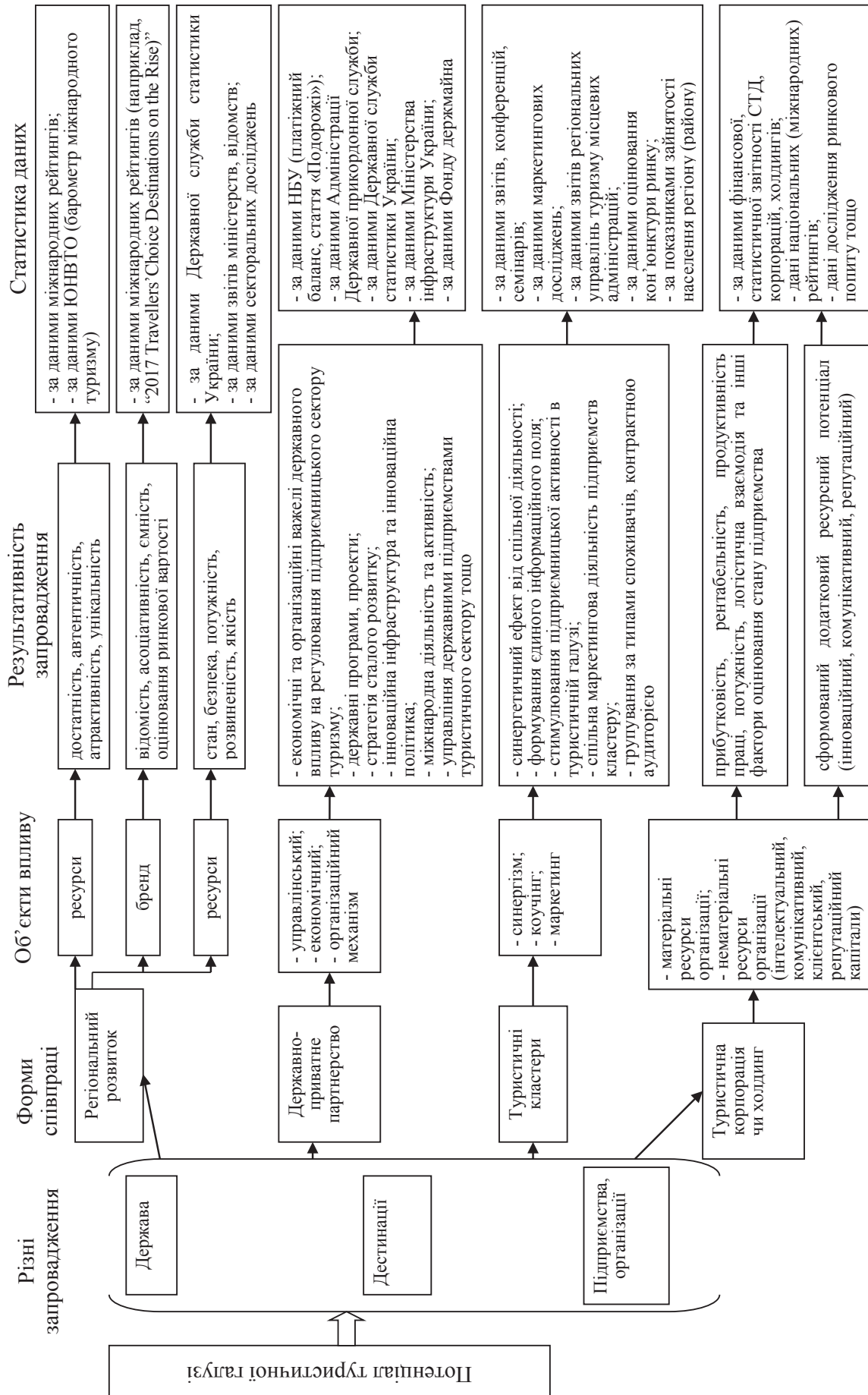


Рис. 1. Модель оцінювання потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації

ційних ресурсів, історико-культурних, рідше – інфраструктурних); в параметрах оцінювання виявлено відсутність показників ефективності використання ресурсів туризму (наприклад, стан туристського попиту та пропозиції, технологічність освоєння ресурсів, державне регулювання туристичної діяльності); будь-яка пропонує сучасними авторами методика комплексної оцінки ресурсів туризму обов'язково вимагає уточнення критеріальної основи відповідно до природно-кліматичних, ландшафтних умов та особливостей історичного й соціально-економічного розвитку території; існує проблема збирання інформації, необхідної для проведення комплексного оцінювання ресурсів розвитку туризму та рекреації; часто надана оцінка є суб'єктивною.

Все це підкреслює необхідність не тільки обліку територіальних особливостей розподілу туристичних ресурсів та економічних процесів, що відбуваються в межах країни та регіонів, але й формування стратегії розвитку регіональних туристичних комплексів залежно від їх ресурсної складової та потреб сучасного туризму з можливістю запровадження нових форм відпочинку та забезпечення інформаційної підтримки їх просування як в межах, так і за межами регіону.

Доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни, сфери чи певного регіону пояснюються виявленням тих територій, стимулювання розвитку яких приведе до можливості отримання якнайшвидших економічних результатів, тобто сукупності ефектів. Вказаний підхід до формування оцінної бази враховує не лише ресурсну складову (за В.І. Захарченком) [1], процесну складову (за С.М. Ілляшенком) [2], але й змістовну складову наповнення інноваційного потенціалу підприємства.

Узагальнюючи різні підходи до оцінювання туристичного потенціалу, ми можемо констатувати, що він розглядається як ресурсний потенціал організації, що повинен бути використаний максимально (за умов операційного менеджменту), ресурсоощадно та оптимально (за умов логістичного менеджменту), а також креативно (за умов інноваційного менеджменту).

Доведено, що у сфері послуг першочергову роль відіграє не розмір підприємства, а його репутація та досвід в обслуговуванні [3]. Особливо за умов нестабільності

ринкового попиту, зменшення активності подорожуючих, поширення системи електронного продажу туристичних послуг значення репутації, повноцінність виконання взятих зобов'язань формують складові «ціни іміджу» підприємства, коли за інших рівних значень продуктового асортименту споживач віддає перевагу тій організації, яка має позитивний бренд, схвальні відгуки про свою роботу, стабільний фінансовий стан.

Запропонована модель оцінювання, наведена на рис. 1, повинна бути доповнена результатами оцінювання туристичного балансу, потенціалу (ресурсів) країни відвідування (в'їзду/виїзду) на рівні дестинацій або кластеру; клієнтського потенціалу (шкали потреб туристів), репутаційного потенціалу та інтелектуального капіталу на рівні туристичного підприємства як сервісної організації з високою якістю обслуговування та довірою до продукту підприємства.

Висновки. Сьогодні багато проведено досліджень та запропоновано методик оцінювання потенціалу туристичної галузі, але їх більшість теоретично обґрунтована, а на практиці існує багато невирішених проблем. Головними проблемами досліджень, на нашу думку, є прозорість та достовірність отриманих даних усієї туристичної галузі України, перебування значної частини доходів (результатів) туристичної діяльності суб'єктів у тіні, недосконалість законодавчої бази, яка би регулювала надходження в бюджет країни, а також можливість маніпулювання результатами таких досліджень, причому це може спостерігатись на рівні оцінювання ефективності роботи окремого підприємства, туристичного комплексу регіону та на рівні держави загалом. Ще однією проблемою є те, що не завжди є доцільним порівняння результатів туристичної діяльності, отриманих різними методами, тому що ці результати можуть бути викривлені та заважати формуванню правильного та коректного напрямку розвитку потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів.

Слід відзначити, що отримати максимально точні результати майже не можливо під час оцінювання туристичної галузі, тому що до сфери впливу належать підприємства, які входять до різних економічних галузей, вкрай важко визначити те, яка саме частина доходів отримана саме від туристів, а яка – від інших категорій споживачів.

Список літератури:

1. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 448 с.
2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навчальний посібник. Суми : Управлінська книга, 2003. 278 с.
3. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України / за ред. Л.І. Федулової. Київ : УкрІНТЕІ, 2007. 812 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтапрес, 2002. 436 с.
5. Мокляк А.В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.02. Київ, 2004. 206 с.
6. Савчук Л.Н., Сокиринская И.Г. Информационно-аналитическая система оценки инвестиционной привлекательности предприятий. *Персонал*. 2000. № 1 (55). С. 138–141.
7. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму : навчальний посібник. Запоріжжя, 2002. 347 с.

References:

1. Zakharchenko V.I., Korsikova N.M., Merkulov M.M. (2012) *Innovatsiyni menedzhment: teoriia i praktyka v umovakh transformatsii ekonomiky* [Innovation Management: Theory and Practice in the transformation of the economy]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury (in Ukrainian).
2. Illiashenko S.M. (2003) *Upravlinnia innovatsiynym rozvytkom: problemy, kontseptsii, metody* [Management of innovation development: problems, concepts, methods]. Sumy : Upravlinska knyha (in Ukrainian).
3. Fedulova L.I. (2007) *Korporatyvni struktury v natsionalnii innovatsiynii systemi Ukrainy* [Corporate structure in the national innovation system of Ukraine]. Kyiv : UkrINTEI (in Ukrainian).
4. Lyubiceva O.O. (2002) *Ry'nok tury'sty'chny'x poslug* [Tourist services market]. Ky'yiv : Al'tapres. 436 p. (in Ukrainian).
5. Moklyak A.V. (2004) *Tury'st's'ki resursy' dlya potreb inozemnogo tury'zmu v Ukrayini (v konteksti ukraïns'ko-pol's'ky'x tury'sty'chny'x zv'yazkiv)* [Tourism Resources for Foreign Tourism in Ukraine (in the Context of Ukrainian-Polish Tourism Relations)] (PhD Thesis), Ky'yiv (in Ukrainian).
6. Savchuk L.N. (2000) *Informatsionno-analiticheskaya sistema otsenki investitsionnoy privlekatelnosti predpriyatiy* [Information-analytical system of estimation of investment attractiveness of enterprises]. Personal, no. 1 (55), pp. 138–141 (in Russian).
7. Smal' I.V. (2002) *Osnovy' geografiiy rekreaciyi i tury'zmu* [Basics of recreation and tourism geography] Zaporizhzhya (in Ukrainian).

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНИВАНИЮ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА УКРАИНЫ И РЕГИОНОВ**

В статье проанализированы публикации отечественных и зарубежных ученых о методических подходах к оцениванию туристического потенциала Украины и регионов; исследованы факторы, влияющие на конкуренцию в туристической отрасли; обобщены, охарактеризованы основные факторы, характеризующие туристическую привлекательность регионов Украины; приведены факторы оценивания потенциала туристической отрасли страны и регионов, к которым относятся историко-культурное наследие, естественно-рекреационные условия и ресурсы, инфраструктура, информация, финансы, инвестиции, управление, социальные условия, кадровое обеспечение, экологические условия и архитектурно-эстетические условия; выявлены основные проблемы комплексного оценивания туристического потенциала страны и регионов; доказаны целесообразность и необходимость количественного оценивания туристической привлекательности на уровне страны, сферы или определенного региона, предложена модель оценивания потенциала туристической отрасли на разных уровнях его реализации.

Ключевые слова: туризм, туристический потенциал, оценка туристического потенциала, комплексное оценивание, туристическая отрасль.

**METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATE
THE TOURIST POTENTIAL OF UKRAINE AND THE REGIONS**

The article analyzes the publications of domestic and foreign scientists on the methodological approaches to assess the tourism potential of Ukraine and regions, investigates the factors that influence competition in the tourism industry; The main factors characterizing the tourist attractiveness of Ukrainian regions are summarized and characterized, factors for assessing the potential of the tourism industry of the country and regions, including: historical and cultural heritage, natural and recreational conditions and resources, infrastructure, information, finances, investments, management, social conditions, staffing, environmental conditions and architectural and aesthetic conditions; The main problems of complex estimation of tourist potential of the country and regions have been identified, namely that the main problem of the unique method of estimation of tourist potential is that enterprises belonging to different other economic branches within the activity of which it is difficult to determine what part of the income is received it is from tourists and what from other consumers; the expediency and necessity of quantitative assessment of tourist attractiveness at the level of a country, sphere or a certain region is proved, the model of estimation of potential of tourism industry at different levels of its realization is offered, which should be supplemented by the results of estimation of tourist balance, potential (resources) of the country of visit (entry-exit) – at the destination or cluster level; customer potential (scale of tourist needs), reputation potential and intellectual capital – at the level of the tourist enterprise, as a service organization with high quality of service and trust in the product of the enterprise; it is concluded that obtaining the most accurate results is almost impossible in the evaluation of the tourism industry, because the sphere of influence are enterprises belonging to different economic sectors, it is extremely difficult to determine what part of the income received from tourists and what from other categories of consumers.

Key words: tourism, tourism potential, evaluation of tourism potential, complex evaluation, tourism industry.