

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАУКОВИЙ
ВІСНИК**

**ЧЕРНІВЕЦЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
ІНСТИТУТУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО – ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Рік заснування 2001

Випуск II

Економічні науки

Чернівці
2006

Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці: АНТ Лтд, 2006. – Вип. II. Економічні науки. – 450 с.

У науковому віснику розглядаються актуальні питання активізації економічних реформ у національній економіці та її складових в економічній теорії, економіці, фінансах, менеджменті, маркетингу тощо.

Буде корисним для науковців, фахівців, викладачів навчальних закладів, аспірантів, студентів.

Редакційна колегія:

Е.І.Бойко - д.е.н., професор, **Е.О.Грицюк** – к.е.н., доцент, **М.І.Долішній** – д.е.н., професор, академік НАН України, **Д.Г.Лук'яненко** – д.е.н., професор, **А.А.Мазаракі** – д.е.н., професор, **В.В.Мова** – д.е.н., професор, **Т.М.Ореховська** – к.е.н., професор, **А.М.Поручник** – д.е.н., професор, **І.М.Школа** – д.е.н., професор, **М.Ф.Юрій** – д.і.н., професор.

Рецензенти: доктор економічних наук, професор **М.А.Козоріз**
доктор економічних наук, професор **В.І.Цила**

Редакція вісника:

Головний редактор – **І.М.Школа**
Відповідальний секретар – **Е.О.Грицюк**
Редактор – **Р.В.Кравчук**
Коректор – **Н.С.Савельєва**
Комп'ютерний дизайн і макетування – **Н.Т.Луник**

Друкується за ухвалою Вченої Ради Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Свідоцтво державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України № 4317 серія КВ від 20.06.2000 р.

Загальнодержавне видання
Збірник входить до переліку наукових видань ВАК України

ISBN 966-7577-69-4

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2006

Підписано до друку 10.04.2006 р.

В.Ф.Кифяк, к.е.н.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

Методологічні аспекти розрахунку обсягу туристичних послуг на прикладі Чернівецької області

У статті шляхом опитування визначено основний перелік характерних товарів та послуг, що споживаються туристами під час їх перебування в Чернівецькій області і на цій основі розроблено методіку розрахунку обсягу характерних товарів та послуг, наданих протягом року. Використовуючи методи екстраполяції, спрогнозовані обсяги реалізації послуг туристам на найближчий період.

The article uses the poll method for defining the main list of the typical goods and services consumed by tourists while visiting Chernivtsi region. This serves as a basis for the development of future methodology for estimating the volume of the typical goods and services rendered during the year. The author uses extrapolation methodology to forecast the sales volumes of tourist services for the nearest period.

Вже стало загальною закономірністю, коли виробництво та надання туристичних послуг зосереджується у регіонах з найсприятливішими для цього умовами. При цьому потрібен пошук науковообґрунтованих шляхів підвищення ефективності розвитку туризму з позицій суспільних інтересів, визначення впливу туризму на соціально-економічний розвиток регіону та його спеціалізації.

Український вчений І.Ткачук вважає, що “економічний зміст виробничої спеціалізації кожного регіону зумовлюється різноманітністю природних та економічних умов, які об’єктивно формують неоднаковий рівень сукупних затрат на виробництво однакової продукції в різних регіонах” [1].

Дослідження впливу туризму на соціально-економічний розвиток регіону проводились великою кількістю науковців та практиків. Це М.Долішній, В.Кравців, Л.Шевчук, Н.Коніщева, Д.Стеченко, І.Школа, В.Євдокименко та багато інших. При цьому використовувались дані державної статистичної звітності за формами:

№1- ТУР “Звіт про діяльність туристичної організації,

№1 – курорт “Звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу”,

№1 – готель “Звіт про роботу готелю”,

№1 – ОТ “Звіт дитячого оздоровчого закладу”,

№2 – ПВУ “Зведений звіт про виїзд громадян України кордон”,

№3 – ПВУ “Зведений звіт про іноземців, які в’їхали Україну”.

Разом з тим, методологія дослідження впливу туризму вимагає застосування спеціальних методів, певних теоретичних принципів, логічних прийомів і конкретних способів дослідження та розробки сучасних методик розрахунку.

Використовуючи емпіричні, експериментальні прогностичні методи дослідження, ми прийшли до висновку, що велика кількість характерних туристичних послуг і товарів, які споживаються туристами під час їх перебування, не враховується туристичними підприємствами, а отже і не відображає реальний вплив туризму на економіку певного регіону та не дає можливості спрогнозувати розвиток туризму в регіоні на найближчий період.

Метою даної статті є розробка методики розрахунку обсягу туристичних послуг, спожитих туристами на території області, прогноз попиту на туристичні послуги на майбутній період та визначення місця і ролі туризму в соціально-економічному розвитку області, його впливу на господарський комплекс краю.

Для досягнення мети Асоціацією працівників туристичної сфери Чернівецької області “Туристична Буковина” було проведено опитування однієї тисячі туристів та визначено основний перелік характерних товарів і послуг, що споживаються туристами під час їх перебування на території області, а також їх орієнтовна вартість.

Запропонована нами методика розрахунку обсягу наданих туристичних послуг, розроблена на прикладі Чернівецької області кардинально змінює один з основних показників сфери туризму.

Так, наприклад, за статистичною формою №1-Тур обсяг туристичних послуг, наданих туристичними підприємствами Чернівецької області в 2004 році, складає 17,06 млн.грн. [2], а з розрахунками за новою методикою загальна вартість характерних товарів та послуг, спожитих туристами на території області, в 23,8 рази більша, що підтверджують наведені нижче дані.

Для розробки даної методики розрахунку обсягу характерних товарів та послуг, наданих туристам в межах Чернівецької області в 2004 році, були використані рекомендації Всесвітньої туристичної

організації та міжнародні методики розрахунку обсягу туристичних послуг.

Вона ґрунтується на принципі врахування споживчих витрат кожного з відвідувачів регіону, незалежно від мотивації поїздки, оскільки кожен відвідувач витрачає певні грошові кошти протягом перебування у регіоні, споживаючи товари та послуги різних галузей економіки, що позначається в цілому на економіці та соціальній сфері регіону.

Дана методика передбачає визначення переліку характерних туристичних товарів та послуг, що споживалися туристами в межах області, їх загальної вартості та встановлення відсотку послуг, що припадають на туристичне обслуговування, а також визначення кінцевої вартості товарів та послуг, спожитих туристами (табл.1).

Для розрахунку обсягу туристичних послуг, наданих підприємствами Чернівецької області в 2004р., використані такі джерела інформації:

- ✓ державні статистичні спостереження (надалі – Ст.зб.) [3];
- ✓ адміністративні дані (А/д);
- ✓ окремі додаткові статистичні дослідження (Д.ст.досл.);
- ✓ експертні оцінки (Ек.оц.).

Перелік характерних товарів та послуг, спожитих туристами протягом року та їхні обсяги підтверджують, що туризм безпосередньо або опосередковано, через туристичне споживання, здійснює стимулюючий вплив на розвиток таких видів економічної діяльності, як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, фінансове посередництво, діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо; стимулює пожвавлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць. Туристичне споживання активно підтримує існування та розвиток народних ремесел, національної культурної спадщини.

Запропонована методика розрахунку обсягу характерних товарів та послуг, що споживаються на території області, дає можливість встановити реальний вплив сфери туризму на економічний розвиток краю та визначити економічну й соціальну вагомість туризму в регіоні.

Перелік характерних туристичних товарів та послуг, що споживаються туристами в межах Чернівецької області та визначення їх вартості. (відповідно до Державного класифікатора продукції і послуг України ДКО 16-97)

Перелік характерних туристичних товарів та послуг, що споживаються туристами в межах Чернівецької області, та %, що використовується Всесвітньою туристичною організацією при розрахунку обсягу послуг	Загальна вартість товарів та послуг (млн.грн.)	Рекомендований % послуг, що припадає на туристичне обслуговування	Вартість товарів та послуг, що спожиті туристами (млн.грн.)	Джерело інформації
1	2	3	4	5
1.Послуги готелів з ресторанами	4,1	90%	3,7	Ст.зб
2.Послуги туристичних баз, притулків, будинків відпочинку	1,6	100%	1,6	Ек.оц
3.Послуги дитячих літніх таборів	26,07	100%	26,07	Ек. оц
4.Послуги санаторних закладів	4,8	100%	4,8	Ек.оц
5.Послуги садиб (сільський туризм)	10,0	100%	10,0	Ек. оц
6.Послуги громадського харчування (20-60%)	41,1	30%	12,33	Ст. зб
7.Послуги з продажу напоїв з розважальною програмою (20-60%)	2,7	30%	0,8	Ек.оц
8.Послуги транспорту (до 80%)	76,1	40%	30,44	Ст.зб.
9.Послуги екскурсійних автобусів	2,5	100%	2,5	Ек.оц
10.Чартерні авіаперевезення	92,5	90%	83,2	А/д
11.Послуги туроператорів та турагентів	17,06	100%	17,6	Ф.№1-ТУР
12.Послуги сфери відпочинку, розваг, культури та спорту (до 80)	24,5	20%	4,9	Ст.зб.

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
13.Послуги музеїв та інших культурно-історичних об'єктів	2,3	100%	2,3	Ек.оц.
14.Фінансові та страхові послуги (до 50%)	3,1	50%	1,55	Д.ст..д осл.
15.Інші послуги (торгівля, інформаційні, консультаційні послуги, фотографія, переклад і т.д.)	720,7	20%	144,14	Ст. зб. Д.ст.до сл.
16.Послуги пошти і зв'язку (до 40%)	185,2	30%	55,5	Ст. зб.
17.Послуги консульства	1,7	50%	0,85	Ек.оц.
18.Медичні послуги, надані на комерційній основі	5,2	20%	1,04	Ст. зб.
19.Послуги з реклами	5,6	30%	1,68	А/д
Загальний обсяг характерних товарів та послуг наданих на території Чернівецької області туристам в 2004р.	1226,83	33,01%	405,0	

Щорічний аналіз реалізації обсягу туристичних послуг в Чернівецькій області, що проводиться на протязі останніх п'яти років (2001-2005), та встановлення багатьох факторів, що впливають на реалізацію туристичних послуг, дає можливість нам спрогнозувати попит на туристичні послуги на майбутній період (3-5 років).

Так, використовуючи статистичні методи прогнозування попиту на туристичні послуги, які у практиці прогнозування реалізації послуг є найбільш поширеними, розрахуємо окремі прогнозні показники за різними методами.

Статистичні методи прогнозування, засновані на трендових моделях (методи екстраполяції) та на факторних моделях, на відміну від методів аналогії та методів експертизи, показують більш реальні прогнозні показники.

Розглянемо один з методів екстраполяції, заснований на розрахунку середньорічних темпів зростання.

За даними Чернівецького управління з питань туризму обласної державної адміністрації та Державної туристичної адміністрації у 2001 році, обсяг послуг, наданих туристичними підприємствами Чернівецької області, склав 10,7 млн. грн., або 0,9% від загального обсягу послуг, наданих туристичними підприємствами України [4]. За словами В.І.Цибуха: “Сукупний обсяг реалізації товарів та послуг різних галузей економіки, що забезпечують задоволення споживчих потреб іноземних внутрішніх відвідувачів України, склав в 2001 році 20,9 млрд. грн. [4, с. 2]. Відповідно, обсяг характерних товарів та послуг, спожитих туристами в Чернівецькій області у 2001 році, за розрахунками становить:

20,9 млрд.грн.: 100% x 0,9% = 0,1881 млрд.грн. або 188,1 млн.грн.

Згідно з запропонованою вище методикою, обсяг характерних товарів та послуг, що споживались на території Чернівецької області в 2004 році, становив 405,0 млн.грн.

Розраховуємо середньорічний темп зростання за формулою:

$$\bar{K} = \sqrt[n]{y_t / y_1},$$

де K - середньорічний темп зростання;

y_t – реалізація послуг у звітньому (останньому) році;

y_1 – реалізація послуг у базисному (першому) році;

n – кількість років у динамічному ряді [5].

$$\bar{K} = \sqrt[n]{y_t / y_1} = \sqrt[5]{405 / 188,1} = 1,21 \text{ або } 121\%$$

Це означає, що обсяг реалізації послуг кожного року збільшувався в середньому на 21%.

Далі визначаємо прогноз реалізації послуг на майбутній період:

$$2006 \text{ рік: } y_6 = y_5 \cdot \bar{K} = 405 \cdot 1,21 = 492,5 \text{ млн.грн.}$$

$$2007 \text{ рік: } y_7 = y_6 \cdot \bar{K} = 492,5 \cdot 1,21 = 595,9 \text{ млн.грн.}$$

$$2008 \text{ рік: } y_8 = y_7 \cdot \bar{K} = 595,9 \cdot 1,21 = 721 \text{ млн.грн..}$$

Отже, уже через 2 роки обсяги споживання характерних товарів та послуг зростуть до 721 млн.грн., а це вимагає розбудови відповідної інфраструктури, додаткове залучення матеріальних та трудових ресурсів, збереження екологічної рівноваги тощо.

Окрім методів екстраполяції, широке поширення мають статистичні методи прогнозування, засновані на факторних моделях.

Якщо екстраполяція дає можливість врахувати лише один фактор – час, то загальновідомо, що на реалізацію туристичних послуг впливає багато інших факторів, основними з яких є:

- обсяг доходів і розподіл споживачів за групами доходів;
- рівень цін на туристичні послуги;
- зміна соціально-демографічних показників (наприклад, співвідношення між міським і сільським населенням);
- рівень задоволення попиту на супутні послуги;
- зміна звичок та смаків споживачів;
- розвиток транспортних мереж, готельного та ресторанного господарства;

Саме за цими та іншими факторами можна прогнозувати обсяги туристичних послуг на довготривалій період.

Подібний підхід може бути використаний при прогнозуванні кількості відвідувачів регіону, в тому числі іноземних громадян, прогнозованому обчисленні середньої тривалості перебування, обчисленні показника середньодобових витрат відвідувача та інші розрахунки.

Отже, запропонована методика розрахунку обсягу характерних товарів та послуг, що споживаються на території Чернівецької області, та прогнозні показники на найближчих три роки, дають можливість сконцентрувати необхідні ресурси, диверсифікувати економічну діяльність в області і на цій основі встановити реальний вплив сфери туризму на економічний розвиток краю, визначити економічну та соціальну вагомість туризму в регіоні та розробити стратегічні підходи до розвитку сфери рекреації і туризму.

Список використаних джерел:

1. Ткачук І. Методологічні аспекти еквівалентних міжрегіональних відносин // Економіка України – 2002. – №8. – С.34.
2. Зведений звіт по Чернівецькій області. Форма №1-ТУР.
3. Статистичний щорічник Чернівецької області за 2004 рік. – Чернівці, 2005. – С.458.
4. Статистичний бюлетень “Туризм в Україні 2001”. – К., 2002.
5. Шканова О.М. Маркетинг послуг, К., 2003, С.65.