

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ХАРКОВІ

© 2014 КІСЬ О. П.

УДК 338.48

Кісь О. П. Інституціональний розвиток сфери публічного адміністрування галузі туризму в Харкові

Метою статті є дослідження розвитку публічного адміністрування сфери туризму в Харкові. Проаналізовано значення так званої «проблеми безбілетника» в галузі туризму та її вплив на розвиток сфери гостинності. Виділено етапи інституційного розвитку публічного адміністрування сфери туризму в місті, а саме: перший етап – публічне адміністрування здійснюється переважно силами органів місцевого самоврядування, другий етап – залучення суб'єктів туристичної діяльності на громадських засадах, третій етап – створення місцевої туристичної організації. Окреслено проблеми, які мають бути вирішені на другому етапі, зокрема, проблему мотивації приєднання суб'єктів господарювання до розвитку галузі. Запропоновано використання моделі дифузії для визначення найсприятливішого моменту переходу від другого до третього етапу. Первинні розрахунки вказують на 3-й рік з початку роботи Туристичної ради при Харківському міському голові як на період найбільш інтенсивного залучення суб'єктів туристичної діяльності.

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, публічне адміністрування туризму, модель дифузії, регулювання туризму в Харкові.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Формул:** 8. **Бібл.:** 8.

Кісь Олександр Петрович – кандидат економічних наук, доцент, кафедра туризму, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: kisaleks@mail.ru

УДК 338.48

UDC 338.48

Кісь А. П. Институциональное развитие сферы публичного администрирования отрасли туризма в Харькове

Целью статьи является исследование развития публичного администрирования сферы туризма в Харькове. Проанализировано значение так называемой «проблемы безбилетника» в сфере туризма и ее влияние на развитие сферы гостеприимства. Выделено этапы институционального развития публичного администрирования сферы туризма в городе, а именно: первый этап – публичное администрирование осуществляется преимущественно силами органов местного самоуправления, второй этап – привлечение субъектов туристической деятельности на общественных началах, третий этап – создание местной туристической организации. Обозначены проблемы, которые предстоит решить на втором этапе, в частности, проблему мотивации вовлечения субъектов хозяйствования к развитию отрасли. Предложено использование модели диффузии для определения благоприятного момента перехода от второго к третьему этапу. Первичные расчеты указывают на 3-й год от начала работы Туристического совета при Харьковском городском главе как на период наиболее интенсивного вовлечения субъектов туристической деятельности.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, публичное администрирование туризма, модель диффузии, регулирование туризма в Харькове.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Формул:** 8. **Библ.:** 8.

Кісь Олександр Петрович – кандидат економічних наук, доцент, кафедра туризму, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: kisaleks@mail.ru

Kis O. P. Institutional Development of the Sphere of Public Administration of the Tourism Industry in Kharkov

The aim of the article is to study the development of public administration of tourism in Kharkov. The meaning of the so-called "free rider problem" in the field of tourism and its impact on the development of the sphere of hospitality was analyzed. The stages of institutional development of public administration of tourism in the city were allocated, namely: the first stage – the public administration is carried out mainly by the local authorities, the second stage – the engagement of tourism activities on a voluntary basis, the third stage – the creation of a local tourism organization. The problems to be solved in the second stage, in particular, the problem of motivation involving entities in the development of the industry. The use of the diffusion model to determine the auspicious moment of the transition from the second to the third stage was suggested. Initial calculations indicate that the third year from the start of the Tourist Board at the Kharkov City mayor as the period of the most intense involvement of the tourist activity subjects.

Key words: tourism, tourism development, public administration of tourism, the diffusion model, the regulation of tourism in Kharkov.

Pic.: 2. **Tabl.:** 1. **Formulae:** 8. **Bibl.:** 8.

Kis Oлександр P. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Tourism, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: kisaleks@mail.ru

За своєю природою ринок туристичного обслуговування є висококонкурентним і таким, на якому працює велика кількість дрібних або середніх за розмірами підприємств, які, до того ж, за офіційною класифікацією мають різну галузеву приналежність.

Проте, заходи, які можуть покращити умови функціонування цих підприємств, збільшити туристичні потоки та витрати відвідувачів регіону, носять переважно масштабний характер і вимагають значних інвестицій у розвиток інфраструктури, різні нематеріальні активи, великих витрат на інформаційне забезпечення функціонування галузі в регіоні. Усе це необхідно для підвищення атрактивності та доступності місцевих туристичних ресурсів, а також

підвищення рівня поінформованості потенційних відвідувачів щодо цих ресурсів.

Звісно, що мале або середнє за розмірами підприємство не в змозі самотужки успішно вирішувати згадані вище завдання. Крім того, за такої структури ринку виникає добре відома економістам «проблема безбілетника» або «free rider problem». Суть цієї проблеми полягає в тому, що для окремого суб'єкта господарювання в галузі існує три потенційні сценарії щодо інвестицій у розвиток галузі. При першому сценарії жоден з підприємців не витрачається на розвиток галузі. При другому сценарії всі інвестують в розвиток галузі, і витрати кожного збільшують доходи кожного. За третім сценарієм окремий підприємець не витрачає на

розвиток галузі, проте, на рівні з тими, хто витрачає, отримує збільшення доходів, за рахунок позитивних екстерналій (зовнішніх ефектів). При цьому він знаходиться у кращій ситуації, ніж його колеги, які інвестують у вирішення загальних проблем галузі. Але така можливість спрацює як демотивуючий фактор і, у результаті, без зовнішнього втручання отримуємо перший сценарій розвитку подій.

Більш детально різні аспекти «фрірайдерства» в туризмі розглянуті в статті Свенда Ландторпа «Free Riders in Tourism» [1].

Світова практика доводить, що вирішити окреслену вище проблему може публічне адміністрування проблемної сфери [2, 3]. Публічне адміністрування щодо вирішення проблеми «фрірайдерства» може здійснюватися в централізованій формі (державними або місцевими органами влади) або у децентралізованій формі (громадськими організаціями).

При цьому буде розрізнятися механізм фінансування діяльності інституцій, створених з метою розвитку туристичної галузі. У першому випадку фінансування буде здійснюватися переважно за рахунок коштів державного або місцевого бюджетів, можливо також за рахунок отримання грантів. Існуюча в Україні система оподаткування дозволяє при цьому поповнювати місцеві бюджети за рахунок туристичного збору [4], який є свого роду внеском суб'єктів господарювання в розвиток туристичної галузі регіону. Але ці збори можуть бути достатніми для інвестування у вирішення загальних проблем лише у регіонах з вже добре розвинутою туристичною сферою. Для Харкова та Харківської області така модель фінансування навряд чи може бути ефективною в найближчому часі.

Якщо інституціональний розвиток публічного адміністрування галузі туризму відбувається у формі громадських організацій, то фінансування може здійснюватися переважно за рахунок членських внесків і залучення грантів.

Що стосується Харкова, то публічне адміністрування розвитком туризму в місті на даному етапі здійснюється через такі інституції, як Департамент міжнародного співробітництва Харківської міської ради та Комунальне підприємство «Центр розвитку міжнародного співробітництва».

Відповідно до розпорядження Харківського міського голови «Про затвердження положень про структурні підрозділи Департаменту міжнародного співробітництва міської ради» [5] питаннями розвитку туризму в м. Харкові займається сектор сприяння розвитку туризму та готельного господарства відділу міжнародних проектів і туризму Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради, який:

1) представляє інтереси Департаменту і Відділу у взаємовідносинах з органами місцевого самоврядування, дипломатичними представництвами, консульськими установами, підприємствами та організаціями України та іноземних держав, міжнародними організаціями, а також громадянами у сферах туризму та готельного господарства;

2) здійснює роботу з підготовки та реалізації програм розвитку туризму і готельного господарства;

3) проводить вивчення, узагальнення та використання в інтересах територіальної громади м. Харкова інформації щодо розвитку туризму та готельного господарства;

4) залучає в установленому порядку спеціалістів інших підрозділів міської ради, підприємств, організацій і установ, об'єднань громадян до участі у розгляді та вирішенні питань, що належать до його компетенції;

5) бере участь у підготовці матеріалів для засідань робочих та експертних груп, комісій, а також для інформаційного забезпечення делегацій територіальної громади Харкова, що виїжджають за кордон України;

6) сприяє організації участі підприємств, установ, організацій міста у міжнародних ярмарках, виставках, салонах та інших заходах;

7) надає суб'єктам туристичної діяльності і готельним господарствам консультаційну, методичну та практичну допомогу.

Наприкінці 2013 р. за круглим столом, у роботі якого взяли участь представники місцевої влади, бізнес-структур і вищих навчальних закладів, було вирішено наступним етапом інституційного розвитку сфери туризму створити Туристичну раду при Харківському міському голові з метою сприяння розвитку туризму та туристичної інфраструктури міста Харкова, що відповідає сучасним тенденціям і статусу міста.

Основними завданнями Туристичної ради при Харківському міському голові мають стати [6]:

- ✦ аналіз та узагальнення проблем, які стримують розвиток туризму та туристичної інфраструктури міста Харкова;
- ✦ розробка пропозицій, проектів, програм щодо стимулювання розвитку туризму міста Харкова;
- ✦ формування спільної позиції міської влади та підприємств туристичної галузі щодо шляхів розвитку та вдосконалення туристичної галузі;
- ✦ опрацювання пропозицій, проектів і програм, що надходять від виконавчих органів Харківської міської ради, підприємств, науково-дослідних організацій, мешканців міста тощо, з метою розвитку туризму та супутніх галузей міста Харкова;
- ✦ ініціювання пропозицій, проектів і програм, направлених на розвиток туристичної галузі міста Харкова.

Логічним продовженням цієї політики є створення місцевої туристичної організації. До речі, ст. 24 проекту Закону України «Про туристичні ресурси» [7] передбачено, що з метою інформування про туристичні ресурси України регіонального та місцевого значення, формування та просування регіональних і місцевих туристичних продуктів створюються місцеві туристичні організації.

Відповідно до цього документу у складі місцевої туристичної організації можуть брати участь [7]:

- ✦ місцеві органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування;
- ✦ експлуатанти туристичних об'єктів;
- ✦ суб'єкти туристичної діяльності;
- ✦ асоціації, які працюють у сфері туризму;
- ✦ інвестори.

Місцеві туристичні організації мають забезпечувати супровід програм і проектів розвитку туризму на відповідній території, захист інтересів територіальних громад, реалізацію принципів державно-приватного партнерства.

Місцеві туристичні організації мають спрямовувати свою діяльність на розвиток туризму на відповідній території, а саме [7]:

- ✦ розробку регіональних і місцевих програм розвитку туризму;
- ✦ формування і поширення інформації про туристичні ресурси відповідної території;

- ✦ ініціювання та підтримку місцевих програм розвитку туризму та модернізації туристичної інфраструктури;
- ✦ підготовку пропозицій щодо охорони місцевих туристичних ресурсів, їхнє збереження та відновлення, порядку використання;
- ✦ формування та просування регіональних і місцевих туристичних продуктів на внутрішньому ринку;
- ✦ диверсифікацію та інтеграцію різних напрямів туристичної діяльності на відповідній території;
- ✦ розвиток саморегулювання в галузі туризму.

Отже, підсумовуючи розглянуте, можна виділити три етапи інституціонального розвитку публічного адміністрування сфери туризму в регіоні:

1) публічне адміністрування здійснюється через органи місцевого самоврядування, розвиток фінансується переважно за рахунок місцевого бюджету;

2) до управління залучаються найбільш активні та свідомі представники суб'єктів туристичної діяльності та науковці з профільних вищих навчальних закладів. Фінансування розвитку туризму здійснюється переважно за рахунок місцевого бюджету, а також має місце діяльність активістів галузі на громадських засадах;

3) об'єднання у формі Місцевої туристичної організації основної маси суб'єктів туристичної діяльності. Провідна роль у розвитку туристичної галузі регіону має перейти саме до цієї інституції, при цьому має змінитися джерело фінансування вирішення загальних для суб'єктів господарювання проблем.

Харків на даний час знаходиться на переході від першого до другого етапу інституціонального розвитку публічного адміністрування сфери туризму. Головним завданням на другому етапі, з точки зору саме інституціонального розвитку, є підготувати підґрунтя для переходу до третього етапу. Серед іншого треба буде відповісти на питання, що може зацікавити суб'єктів туристичної діяльності, щоб вони взяли участь у розвитку галузі в регіоні, і визначити найкращий момент для переходу від другого етапу до третього.

Що стосується першої із зазначених проблем, то сильним стимулом можуть стати переваги, які мають отримати члени Місцевої туристичної організації, а саме:

- ✦ участь у публічних дискусіях, вплив на прийняття рішень та формування стратегії розвитку туризму на регіональному рівні;
- ✦ доступ до інформації (спеціальні галузеві дослідження, більш детальна статистична інформація, база даних працівників сфери обслуговування) і до інших нематеріальних активів (право на використання символіки, регіональної назви тощо);
- ✦ доступ до каналів розповсюдження інформації на виставках та ярмарках, у туристичних брошурах і буклетах, через Інтернет-сторінку організації;
- ✦ різні консалтингові послуги;
- ✦ знижки від підприємств суміжних галузей, які великим організаціям, як правило, легше отримати, ніж дрібним підприємствам.

Для вирішення другої проблеми, а саме, визначення моменту переходу від другого до третього етапу скористуємось моделлю дифузії (розповсюдження).

Поширення участі суб'єктів туристичної діяльності в публічному адмініструванні можна порівняти з процесом розповсюдження інноваційних технологій (персональні

комп'ютери та стільниковий зв'язок наприкінці ХХ і початку ХХІ століття, електромобілі у наш час). Процес такого розповсюдження інновацій у суспільстві та швидкість, з якою це відбувається, називаються *дифузією*. Аналогічно моделюється розповсюдження ідей або заразних хвороб. Незважаючи на велику кількість моделей, запропонованих у науковій літературі, динаміка процесу розповсюдження частіше за все приймає форму S-образної функції (так званої сигмоїди). На прикладі розповсюдження технології стільникового зв'язку можна побачити, що ця інновація спочатку була прийнята лише небагатьма особами, переважно схильними до інновацій бізнесменами, але на подальших етапах спостерігалось бурхливе зростання прийняття цієї технології (тобто абонентів) і продажів мобільних телефонів. Потім темпи приросту споживачів цієї послуги сповільнились, оскільки ринок наблизився до насичення. S-образна функція розповсюдження інновації та насичення ринку у загальному вигляді наведена на *рис. 1*. Детальніше з моделлю дифузії можна ознайомитися у книзі Рональда Шона [8].

Кумулятивна кількість

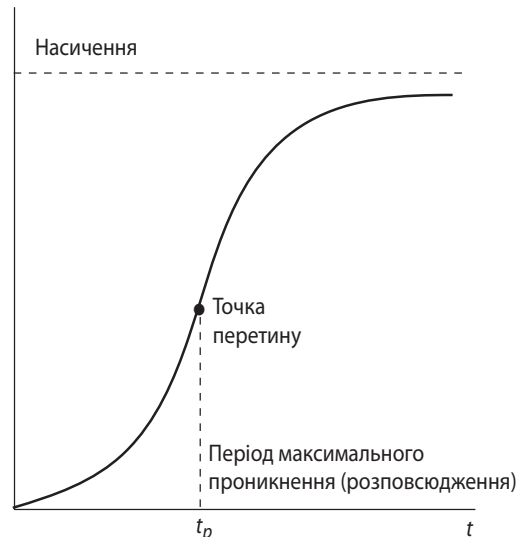


Рис. 1. S-образна функція розповсюдження інновацій

Участь суб'єктів туристичної діяльності в публічному адмініструванні розвитку сфери туризму також можна розглядати як отримання економічного блага, а поширення участі – як розповсюдження інновації. При цьому суб'єктів туристичної діяльності можна бути класифікувати за їх поведінкою на інноваторів та імітаторів.

Перейдемо від вербального опису моделі розповсюдження до її математичної інтерпретації, яка дозволить визначити нахил кривої, що відображає швидкість розповсюдження інновації в окремий момент часу, або асимптоту, яка відображає рівень насичення ринку.

Позначимо через $N(t)$ кумулятивну кількість учасників в період часу t . Припустимо, що m – це потенційна кількість учасників, тоді в будь-який період часу t ми можемо визначити кількість суб'єктів, що ще не приєдналися, як $m - N(t)$. Припустимо, що $g(t)$ – це коефіцієнт розповсюдження. По суті, цей коефіцієнт представляє вірогідність приєднання нових членів в період часу t , тоді вираження $g(t) \times (m - N(t))$ є очікуваною кількістю нових учасників в

період t . Отже, збільшення учасників процесу публічного адміністрування сфери туризму в регіоні описується за формулою (1):

$$\Delta N(t+1) = N(t+1) - N(t) = g(t) \times (m - N(t)). \quad (1)$$

Щодо коефіцієнта $g(t)$ вірогідності розповсюдження (або приєднання у нашому випадку), то його значення відповідно до моделі буде змінюватися залежно від того, яку кількість учасників ринку вже залучено до процесу публічного адміністрування розвитку туризму. Чим більше суб'єктів туристичної діяльності вже приєдналося до процесу, тим більш привабливим стає такий крок для інших. Ми представимо це у вигляді лінійної залежності (формула (2):

$$g(t) = a + b \times N(t), \quad (2)$$

де a – це коефіцієнт схильності до інновацій;
 b – це коефіцієнт схильності до імітації.

Підставивши рівняння (2) у рівняння (1), отримуємо таку модель (формула (3):

$$\Delta N(t+1) = (a + b \times N(t)) \times (m - N(t)). \quad (3)$$

Рівняння (3) представляє собою нелінійне різницеве рівняння з трьома параметрами – a , b і m . Ми можемо позбавитися одного з них, замінивши кумулятивну кількість учасників процесу їх часткою від загальної потенційної кількості, тобто $F(t) = N(t)/m$ та, як наслідок, $\Delta F(t+1) = \Delta N(t+1)/m$. Отже, якщо обидві сторони рівняння (3) розділити на m , то отримуємо нову модель (формула (4):

$$\Delta F(t+1) = (a + b \times F(t)) \times (1 - F(t)), \quad (4)$$

де $\Delta F(t+1)$ – приріст частки учасників процесу від їх потенційної кількості в період часу $t+1$;

$F(t)$ – частка учасників процесу від їх потенційної кількості в період часу t .

Перетворимо його на рекурсивну функцію, яка наведена у формулі (5):

$$F(t+1) = F(t) + (a + b \times F(t)) \times (1 - F(t)), \quad (5)$$

Отримана модель може бути використана для моделювання процесу збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності, охочих взяти участь у публічному адмініструванні розвитку галузі туризму. З'ясувавши параметри цієї моделі, ми зможемо розрахувати момент найбільшого приросту учасників. На нашу думку, цей момент є найсприятливішим для переходу від другого етапу розвитку системи публічного адміністрування в регіоні (створення Туристичної ради при Харківському міському голові) до третього етапу (створення Місцевої туристичної організації).

Отримання параметрів з високим рівнем достовірності потребує окремого соціологічного дослідження, але приблизні розрахунки можуть бути отримані методом експертних оцінок.

Троє експертів отримали завдання оцінити схильність місцевих суб'єктів туристичної діяльності до такої інновації (нової форми активності), як участь у публічному адмініструванні розвитку туризму в регіоні, а також оцінити схильність до імітації у цьому процесі. Як інтервал часу було взято півріччя, оскільки саме з частотою один раз на півріччя планується збирати Туристичну раду, а отже, і суттєві зміни будуть відбуватися з такою частотою. Отримані результати наведено в *табл. 1*.

Отже, для нашого випадку модель приймає вигляд рекурсивної функції (формула 6):

$$F(t+1) = F(t) + (0,027 + 0,65 \times F(t)) \times (1 - F(t)). \quad (6)$$

Таблиця 1

Експертні оцінки параметрів моделі поширення участі підприємців у публічному адмініструванні розвитку туризму в м. Харкові

Показник	Експерт № 1	Експерт № 2	Експерт № 3	Середнє значення
Схильність до інновації	0,01	0,02	0,05	0,027
Схильність до імітації	0,8	0,65	0,5	0,65

А у формі різницевого рівняння вона має вигляд (формула (7):

$$\Delta F(t+1) = (0,027 + 0,65 \times F(t)) \times (1 - F(t)). \quad (7)$$

Графічне зображення моделі поширення участі суб'єктів туристичної діяльності в публічному адмініструванні розвитку туризму в Харківському регіоні наведено на *рис. 2*. Для того, щоб знайти значення $F(t)$, за якої досягається максимальний приріст учасників та відповідний період часу (тобто точку перетину), нам необхідно знайти похідну функції (7) і прирівняти її до 0. Отримуємо рівняння (формула (8):

$$0 = 0,623 - 1,3 \times F(t), \text{ або } F(t) = 0,48. \quad (8)$$

Отже, максимальне поширення участі в публічному адмініструванні розвитку туризму в регіоні очікується при досягненні частки учасників 48% від потенційної кількості. Із графіка видно, що це приблизно відповідає 6-му півріччю роботи Туристичної ради при Харківському міському голові.

ВИСНОВКИ

Таким чином, за результатами моделювання процесу поширення участі суб'єктів туристичної діяльності в публічному адмініструванні розвитку туризму в м. Харкові, робимо висновок, що найбільш сприятливим моментом для переходу від другого етапу до третього етапу інституційного розвитку регіонального управління галуззю туризму є 6-е півріччя, тобто кінець 3-го року роботи Туристичної ради при Харківському міському голові. Запропонований методичний підхід може бути використаний Департаментом міжнародного співробітництва Харківської міської ради при формуванні стратегії розвитку туризму в регіоні. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Svend Lundtorp. Free Riders in Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://brugerforum.crt.dk/media/Freeriders.pdf>
2. Pasour, E. C. Jr. The Free Rider as a Basis for Government Intervention / E. C. Jr. Pasour [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mises.org/journals/jls/5_4/5_4_6.pdf
3. Coase R. H. The Problem of Social Cost / R. H. Coase [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.econ.ucsb.edu/~tedb/Courses/UCSBpf/readings/coase.pdf>
4. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Розпорядження Харківського міського голови «Про затвердження положень про структурні підрозділи Департаменту міжнародного співробітництва міської ради» від 22.05.2009 № 905 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reestr.tk/462302>
6. Розпорядження Харківського міського голови «Про створення Туристичної ради при Харківському міському голо-

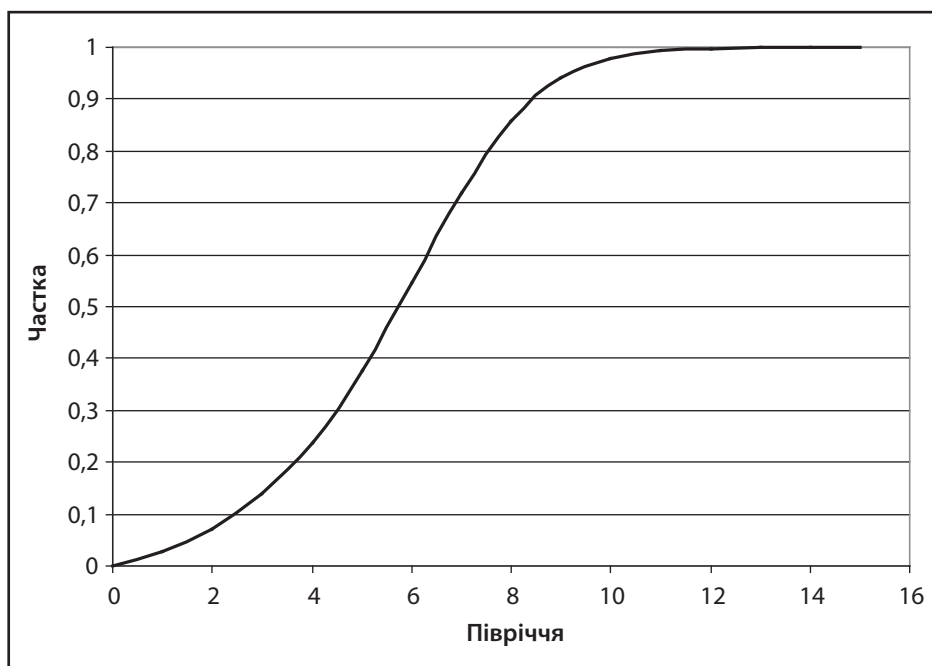


Рис. 2. Модель поширення участі суб'єктів туристичної діяльності у публічному адмініструванні розвитку туризму в м. Харкові

ві» від 11.03.2014 № 25 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reestr.tk/632084>

7. Проект Закону України «Про туристичні ресурси» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/ua/action/regulatory/projects/25180/25182/>

8. **Shone R.** An Introduction to Economic Dynamics / Ronald Shone. – Cambridge University Press, 2001. – 236 p.

REFERENCES

Coase, R. H. "The Problem of Social Cost" <http://www.econ.ucsb.edu/~tedb/Courses/UCSBpf/readings/coase.pdf>

Jr. Pasour, E. C. "The Free Rider as a Basis for Government Intervention" http://mises.org/journals/jls/5_4/5_4_6.pdf

[Legal Act of Ukraine]. <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

[Legal Act of Ukraine] (2009). <http://reestr.tk/462302>

[Legal Act of Ukraine] (2014). <http://reestr.tk/632084>

[Legal Act of Ukraine]. <http://www.tourism.gov.ua/ua/action/regulatory/projects/25180/25182/>

"Svend Lundtorp. Free Riders in Tourism" <http://brugerforum.crt.dk/media/FreeRiders.pdf>

Shone, R. *An Introduction to Economic Dynamics*: Cambridge University Press, 2001.