

УДК 338.48:001.8

Юрченко О. Є.

МЕТОДИЧНИЙ АПАРАТ ВИВЧЕННЯ ТУРИЗМУ

У статті розглядаються методи вивчення туризму: від визначення рівня спеціалізації регіону на туризмі, особливостей розміщення туристів і туристських центрів по території, розрахунку простих показників, що характеризують туристську діяльність, до виявлення інтегральної, комплексної і потенційної оцінки рівня розвитку туризму.

В статье рассматриваются методы изучения туризма: от определения уровня специализации региона на туризме, особенностей размещения туристов и туристских центров по территории, расчета простых показателей, характеризующих туристскую деятельность, до выявления интегральной, комплексной и потенциальной оценки уровня развития туризма.

In this article methods of tourism study from level definition of specialization of a region in tourism, features of placement of tourists and tourism centers, calculation of simple indexes, characterizing tourism activity, to revelation of integral, complex and potential assessment of level of tourism development are examined.

У структурі світової економіки роль туризму постійно зростає. Проте країни світу й окремі регіони навіть у межах однієї країни внаслідок дії різноманітних чинників сильно розрізняються за рівнем розвитку і характером туристської діяльності, які можна виявити за допомогою застосування певних методів.

Комплексний характер проблем, пов'язаних із туризмом, визначає наявність значної кількості робіт із використанням різних методів його вивчення. У науковій літературі, що характеризує розвиток туризму в країні або регіоні, майже в усіх роботах застосовуються такі методи: описовий, порівняльний, статистичний (наприклад, для визначення темпів росту об'єму туристських потоків, доходів від туризму тощо). Методи, що вимагають складніших розрахунків стосовно туризму, розглядалися в працях О. О. Бейдика, В. Г. Гуляєва, І. В. Зоріна, В. О. Квартальнова, К. В. Кружаліна, Г. Ю. Олександрової, Л. С. Філіповича, О. В. Ханової, С. І. Яковлевої та ін. Проте необхідність підвищення рівня конкурентоспроможності регіону, країни актуалізує використання ширшого кола методів для аналізу туристської діяльності, що посилює актуальність теми даної статті.

Мета статті – розглянути деякі методи вивчення туризму.

Туризм є складовою частиною територіальної соціально-економічної системи, в процесі дослідження окремих компонентів якої використовуються різні методи. Вони ж можуть бути застосовані й при вивченні туризму. Розглянемо можливі напрями їх використання.

Відомо, що регіони в межах однієї країни внаслідок дії різних чинників вносять різний внесок у розвиток туристської сфери. Туризм може бути галуззю спеціалізації країни або регіону. Для визначення рівня спеціалізації регіонів на туризмі слід розрахувати коефіцієнт спеціалізації (К) [4, с. 135]:

$$K = \frac{Pr}{Pc},$$

де Pr – середньодушовий об'єм платежів до бюджету туристськими підприємствами (чи об'єм наданих послуг, або кількість туристів на 1000 жителів) у регіоні;

Pc – середньодушовий об'єм платежів до бюджету туристськими підприємствами (чи об'єм наданих послуг, або кількість туристів на 1000 жителів) у країні.

Якщо $K > 1$, то регіон спеціалізується на туризмі: чим більше значення K , тим вище рівень спеціалізації.

Коефіцієнт кореляції – це зручна форма вираження напряму і тісноти зв'язку двох змінних, наприклад, між кількістю виїзних туристів і об'ємом доходів населення. Він змінюється від +1 (пряма залежність) до –1 (зворотна залежність). До числа найбільш відомих і широко використовуваних належить коефіцієнт рангової кореляції за Спірменом (r):

$$r = 1 - \frac{6 \sum_{j=1}^n d_j^2}{N^3 - N},$$

де d^2 – квадрат різниці рангів;

N – кількість елементів сукупності чи «пар» порівнювальних регіонів.

Якщо $0,7 \leq |r| < 1$ – кореляція висока;

$0,4 \leq |r| < 0,7$ – кореляція середньої сили;

$0,2 \leq |r| < 0,4$ – кореляція низька;

$|r| < 0,2$ – кореляція нехтувально мала [2, с. 82].

Індекс схожості (J_c) характеризує регіон, що вивчається, або країну як єдине ціле, а не вимірює індивідуальні особливості. Він розраховується за формулою:

$$J_c = 1 - \frac{\sum d}{100},$$

де d – різниця відповідних елементів у двох сукупностях даних (беруться тільки позитивні різниці або тільки негативні різниці, тобто сума тих й інших буде однаковою) [2, с. 163].

Цей показник можна застосовувати для характеристики будь-яких показників у туризмі. Можна розрахувати індекс схожості, наприклад, використовуючи статистичні данні про розподіл усіх туристів і організованих туристів по регіонах країни. Чим більша несхожість між двома статистичними рядами, тим меншим буде значення індексу. Структура розміщення туристських центрів по території може бути описана за допомогою статистики розподілу (Rn):

$$Rn = \frac{\bar{D}}{0,5 \cdot \sqrt{\frac{A}{N}}},$$

де \bar{D} – середня відстань між найближчими сусідами;

$$\bar{D} = \frac{\sum d}{n},$$

де d – відстань між найближчими сусідами;

A – площа території, яка вивчається (в тих же одиницях виміру, що й d);

N – кількість туристських центрів на території, яка вивчається.

Значення R_n змінюються в межах від 0 до 2,15:

якщо $R_n = 0$, то туристські центри скупчені;

якщо $R_n = 2,15$, то туристські центри розподілені по території рівномірно;

якщо $R_n = 1,0$ то туристські центри розподілені випадково [2, с. 177].

Цей метод дозволяє описувати розподіл точніше, використовуючи безперервну шкалу від 0 до 2,15, що знижує рівень суб'єктивності під час аналізу.

Особливості розподілу туристів по регіонах країни достовірно відображає індекс концентрації (I), який часто використовується при вивченні розподілу населення:

$$I = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n |P_i - S_i| \cdot 100\%,$$

де P_i – частка туристів i -того регіону в загальній чисельності туристів країни;

S_i – частка площі i -ого регіону в загальній площі країни.

Він може коливатися від 0 до 100%: від абсолютно рівномірного до абсолютно нерівномірного розміщення [4, с. 118]. Як P_i можна використати кількість туристських підприємств, об'єм доходів від туризму, кількість історико-культурних об'єктів та ін.

Регіони розрізняються за рівнем розвитку туристської діяльності. Оцінка розвитку туризму може вестися "суб'єктивно", тобто очима самого населення, і "об'єктивно". У першому випадку проводиться соціологічне опитування населення, що в балах оцінює стан розвитку туристської сфери в населеному пункті чи регіоні. У другому випадку, оцінка дається на підставі статистичних показників. Будь-яке порівняння припускає кількісне вимірювання явищ, що вивчаються, встановлення залежностей між окремими процесами тощо. Для характеристики рівня туристського обслуговування використовуються як прості, так й інтегральні показники.

До простих можна віднести такі:

1. Забезпеченість населення певною послугою туріндустрії (O_i):

$$O_i = \frac{F_i}{H_i},$$

де F_i – потужність чи об'єм послуг туріндустрії в i -тому пункті;

H_i – чисельність населення i -того пункту.

2. Навантаження на установи, на одиниці натуральних величин (наприклад, місця в готелях, підприємствах сектора живлення) або на працівників сфери туризму (на одного турагента):

$$Z_i = \frac{H_i}{F_i},$$

де H_i – чисельність населення чи туристів i -того пункту.

F_i – потужність чи об'єм послуг туріндустрії в i -тому пункті;

3. Охоплення населення регіону туризмом (A_i):

$$Ai = \frac{N_i}{H_i},$$

де N_i – кількість внутрішніх та виїзних туристів i -го регіону.

Використовуючи прості індекси забезпеченості населення певною послугою туріндустрії, можна розрахувати інтегральний рівень її розвитку в регіоні (J):

$$J = \sum_1^n \frac{O_i}{\bar{O}},$$

де n – кількість регіонів;

O_i – забезпеченість i -тої галузі туріндустрії в регіоні;

\bar{O} – базисний показник забезпеченості i -тої галузі.

Як базисні рівні можна використати: 1) нормативні; 2) середні; 3) еталонні показники [1, с. 72]. Найчастіше використовуються середні значення.

Основні показники роботи підприємств і установ окремих галузей туріндустрії подані в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні показники розвитку галузей туріндустрії

Показник	Одиниця виміру
Кількість засобів розміщення туристів (можна за видами, класами)	од. на 10 000 жителів чи на 1 кв. км
Кількість місць в них	місць на 10 000 жителів чи на 1 кв. км
Середній коефіцієнт завантаження готелів	%
Кількість дитячих таборів відпочинку	од. на 10 000 жителів
Кількість місць в них	місць на 10 000 жителів
Кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням	од. на 10 000 жителів
Кількість ліжок в них	ліжок на 10 000 жителів
Частка регіону в загальному готельному фонді країни	%
Кількість підприємств громадського харчування всіх типів	од. на 1 000 жителів
Кількість посадочних місць в них	на 1 000 жителів
Об'єм товарообігу громадського харчування	г. о. * на 1 жителя на рік
Середньорічна чисельність зайнятих у громадському харчуванні	чол. на 1 000 жителів

Протяжність транспортних шляхів (автомобільних доріг, залізних доріг, судохідних річок)	км на 1 км ² території
Протяжність авіаліній	км
Кількість авіамаршрутів	од. на 10 000 жителів
в т. ч. міжнародних	од. на 10 000 жителів
Відправлення пасажирів літаками	чол. на 10 000 жителів

*Г. о. – грошові одиниці країни (чи умовні одиниці).

Для визначення розвитку туризму по регіонах, крім показників, що характеризують рівень розвитку туристської індустрії, слід використовувати інші відносні показники. При цьому можна виділити дві основні групи:

1) показники туристського попиту (частка туристів у загальному об'ємі туристських потоків країни, зокрема окремо за видами – внутрішні, в'їзні, виїзні туристи; географічна структура в'їзних і виїзних потоків; інтенсивність туристських потоків; розподіл туристів по сезонах року; коефіцієнт туристського прибуття; частка регіону в загальному об'ємі туристських прибуттів у країні; коефіцієнт туристського вибуття; частка регіону в загальному об'ємі туристських вибуттів у країні);

2) показники значущості туризму в економіці країни (частка зайнятого в туризмі населення в % від загальної кількості зайнятих у країні; частка інвестицій в туризм у % від загального об'єму інвестицій в економіку країни; частка туристських послуг у загальному об'ємі експорту країни %; доходи від туризму (на 1 особу), платежі до бюджету країни (на 1 особу); частка витрат на рекреацію в бюджетах сім'ї. Для вичерпної характеристики рівня розвитку туризму за простими показниками їх перелік можна було б розширити.

Для оцінки комплексності туристського обслуговування в регіоні можна побудувати зоряну діаграму, кожен промінь якої відповідає одній з галузей. З початку координат проводиться коло, точки перетину якого з променями відповідають базисним рівням розвитку певної галузі туристської індустрії. На промені показуються значення відповідного показника в % або частках одиниці. Після з'єднання міток утворюється фігура, що наочно відбиває комплекс туристського обслуговування. Чим більш опуклий вид цієї фігури, тим більш комплексно розвинена сфера туризму [3, с. 142].

Силу туристської взаємодії населених пунктів можна схарактеризувати за допомогою гравітаційної моделі (часто

використовується при вивченні системи розселення) – потенціалу сфери туризму (V_j):

$$V_j = \sum_{j=1}^n \frac{P_i \cdot P_j}{d_{ij}},$$

де P_i – кількість туристів i -го населеного пункту;

P_j – кількість туристів j -го населеного пункту;

d_{ij} – відстань між i та j населеними пунктами [4, с. 117].

Цю модель можна застосовувати і для дослідження територіальної структури туризму, привабливості туристських центрів, виявлення зон тяжіння туристів. Як P_i можуть бути використані й інші показники: кількість туристських підприємств, чисельність зайнятих у туризмі тощо.

Отже, проблема оцінювання у вивченні туризму є ключовою. Поняття рівня розвитку галузі припускає порівняльну характеристику за багатьма параметрами. Оцінка може проводитися різними способами. Сукупне застосування широкого кола методів у вивченні туризму дозволить виявити особливості і закономірності розвитку туристської галузі, визначити проблеми і напрями вдосконалення індустрії туризму.

1. Алексеев А. И. География сферы обслуживания / А. И. Алексеев, С. А. Ковалев, А. А. Ткаченко. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 1991. – 117 с.
2. Тойн П. Методы географических исследований. Вып. 1: Экономическая география. Пер. с англ. / П. Тойн, П. Ньюби. – М.: Прогресс, 1977. – 271 с.
3. Юрченко С. А. Инфраструктура мира: Учебное пособие / Перевод с украинского Юрченко С. А. – Х.: ХНУ имени В. Н. Каразна, 2006. – 328 с.
4. Юрченко С. А. Методика научных исследований: учебное пособие для студентов специальности «Туризм» / С. А. Юрченко, Е. Е. Юрченко. – Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2011. – 176 с.