

УДК 338.48

В.В. Крачковский, к.э.н., доц.

(Донецкий институт туристического бизнеса)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РЕГИОНА

Рассматриваются проблемы управления туристским потенциалом в регионе и предлагается методика оценки в целях более полного его использования. Предлагается модель оценочного метода в управлении туристским потенциалом региона.

Ключевые слова: туристский потенциал, туристическая индустрия, регион, оценочный метод, оценка ресурсов, обобщающие показатели, критерий качества, эффективность услуг, степень удовлетворенности туристской услугой.

Розглядаються проблеми управління туристським потенціалом в регіоні та пропонується методика оцінки в цілях повнішого його використання. Пропонується модель оціночного методу в управлінні туристським потенціалом регіону.

Ключові слова: туристський потенціал, туристична індустрія, регіон, оціночний метод, оцінка ресурсів, узагальнювальні показники, критерій якості, ефективність послуг, ступінь задоволеності туристською послугою.

The problems of tourist potential management in a region are examined and the method of estimation for its usage is offered. The model of evaluation method in a management tourist potential of a region is offered.

Keywords: tourist potential, tourist industry, region, evaluation method, estimation of resources, summarizings indexes, criterion of quality, efficiency of services, degree of satisfaction with a tourist service.

Постановка проблемы. За последние полвека мировая прибыль, полученная от туристической отрасли, выросла в 300 раз. По прогнозу экспертов Всемирной туристической организации, к 2020 г. сумма доходов от туризма превысит 2 млрд дол. США, а международный туристический поток достигнет отметки в 1 млрд чел. уже в этом году.

На сегодняшний день вклад Украины в общемировые показатели выглядит крайне скромно. Согласно результатам всеукраинского опроса исследовательской компании Research & Branding Group, проведенного в апреле 2012 г. (выборка составила 2077 респондентов), свыше половины населения Украины (59,7%) не вкладывают в общую туристическую копилку, потому что не имеют расходов, связанных с отдыхом, и только порядка 20% тратят на туризм и отдых не более 620 дол. США в год. Тем не менее столь низкие цифры не пугают операторов туристической индустрии. Их число в Украине постоянно растет, ежегодно увеличиваясь на 10-15%.

Несмотря на наличие довольно высокого интереса мирового сообщества к многочисленным памятникам истории и культуры Украины, механизм управления туризмом в регионах не обеспечивает полное использование туристского потенциала. Это обусловлено противоречиями между условиями использования, нечеткостью концептуальных положений о сущности и структуре туристского потенциала, методов оценки и анализа его резервов.

Анализ последних исследований и публикаций. Методологические аспекты управления любой отраслью, в том числе туризмом, в настоящее время базируются на общетеоретических результатах изучения основ управления хозяйством. При исследовании были использованы статистические [1] и маркетинговые [2] данные. Управление туристским потенциалом изучено в работах В.Ф. Данильчука, А.А. Коблова, А.А. Бондаровича, М.Б. Биржакова, И.И. Бутко, Е.А. Ситникова и Д.С. Ушакова, А.П. Дуровича, А.Б. Здорова, Д.С. Ушакова, Ю.В. Темного и Л.Р. Темной, Е.А. Замедлина и О.Н. Козырева, Ф. Котлера, Е.А. Мельника, С.А. Севастьяновой, Л.В. Селивановой [3–16] и др.

Однако работы указанных авторов не в полной мере отражают роль оценки ресурсов в управлении туризмом, а также не вскрывают сущность категории «туристский потенциал» и механизм управления им. Поэтому можно констатировать наличие потребности в разработке концепции управления туристским потенциалом, позволяющей максимизировать его использование в регионе, что позволит увеличить доходы бюджетов различных уровней, а также занятость населения.

Целью данной статьи является разработка концептуальных основ управления туристским потенциалом в регионе.

Изложение основного материала исследования. Согласно данным экспертов ВЭФ, по итогам 2010 г. Украина заняла 85-ю позицию из 139 в рейтинге стран по уровню развития туристической отрасли. Однако, несмотря на низкий статус в общемировом рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма, туристическая отрасль в Украине развивается достаточно активно. В пользу данного факта свидетельствует следующее:

1. В стране наблюдается стабильный рост числа туристических потоков. По данным Госпогранслужбы Украины, в 2010 г. из страны выезжали свыше 17 млн чел. В 2011 г. выездной поток увеличился еще на 2 млн чел. и составил 19,7 млн чел., причем значительная часть из этого числа пришлась на частный туризм – 17,3 млн чел., в то время как на долю организованного – всего 1,6 млн чел. В 2012 г. организованный туризм вышел на докризисные показатели, и по сравнению с 2010 г. туристический поток увеличился на 18%. Таким образом, можно говорить о том, что выездной туризм в Украине имеет позитивную динамику развития.

2. Вместе с ростом туристических потоков увеличивается объем туристических услуг, который в 2011 г. составил около 9,8 млрд грн. По мнению экспертов, этому способствовали некоторое улучшение покупательской способности населения и увеличение затрат на отдых. Эксперты ожидают дальнейшего повышения финансовых показателей отрасли.

3. Растет число операторов туристической индустрии. Среднегодовой прирост операторов туристической деятельности составляет не менее 10–15%. По данным Государственной службы туризма и курортов, по состоянию на 2011 г. в Украине насчитывалось 2426 лицензий на осуществление туроператорской деятельности. Росту числа операторов способствует отмена с 2010 г. лицензирования турагентской деятельности в Украине, а также тот факт, что для открытия небольшого агентства, по оценкам экспертов, достаточно 25-30 тыс. дол. США.

Вместе с тем туристическую отрасль Украины нельзя назвать процветающей. Прежде всего, в стране практически не используется национальный туристический потенциал, и развитие туристической инфраструктуры находится на крайне низком уровне. Сюда можно отнести как недостаточное количество отелей европейского уровня, завышенные цены на проживание в них, качество автомобильных дорог, аэропортов, уровень развития сервиса, так и практически полное отсутствие информации о туристических объектах в Украине. Причем туристическая отрасль не является дотационной: по словам экспертов, от функционирования туризма непосредственно зависит жизнедеятельность более 40 отраслей экономики страны и около 10-15% ее населения. Однако на сегодняшний день Украина не имеет экономической возможности инвестировать в развитие отрасли. В результате складывается следующая ситуация: с одной стороны, активно развивается «туризм для богатых», т.е. выездной туризм, который способствует росту финансовых потоков из Украины, а с другой стороны, в тени остаются внутренний и въездной туризм, для развития которых требуются мобилизация значительных государственных ресурсов и серьезные изменения на законодательном уровне.

По состоянию на 2012 г. в структуре туристических потоков, которые обслуживали субъекты туристической деятельности Украины, 59% составили граждане Украины, которые выезжали за рубеж, 26% – внутренние туристы и только 15% – иностранные туристы [1].

Причем, если выездной туристический поток из Украины растет (в период с 2001 по 2011 гг. он увеличился на 78% и достиг 1,4 млн чел.), то доля въездного туризма остается на

стабильном уровне в 0,3-0,4 млн чел. уже на протяжении десятилетия (за исключением некоторого роста в 2003 г., а также в 2012 г. за счет футбольного чемпионата «Евро-2012») [2, 3]. А вот внутренний туристический поток имеет тенденцию к снижению. Впрочем ситуация объясняется тем, что, с одной стороны, велика доля частного туризма – намного выгоднее путешествовать в пределах страны частным образом, а с другой стороны, украинский турист при наличии финансовой возможности предпочитает отдыхать не на крымском побережье, а, например, на берегах Адриатического моря [2].

Определим предпосылки развития туристической индустрии в регионе на основе эффективного использования его туристского потенциала (рис. 1). В результате анализа региональных условий развития туризма выявляется ряд проблем, которые обуславливают противоречия в функционировании механизма управления отраслью.



Рис. 1. Условия развития туристского потенциала

В основе проблем развития туризма в регионе лежат противоречия между удовлетворением непрерывно изменяющихся и постоянно возрастающих потребностей туристов, ограниченным ресурсным обеспечением, имеющимся в регионе, и нормативными значениями допустимой антропогенной и рекреационной нагрузки на регион [4]. Выделим семь групп проблем развития туризма:

научное обеспечение сферы туризма – неполная проработанность методологической и методической базы;

нормативно-правовое обеспечение – отсутствие единого подхода к нормотворчеству в сфере туристской деятельности;

ресурсное обеспечение – недостаточно эффективное формирование и использование ресурсного и производственного потенциала;

возможность удовлетворения туристских потребностей – отсутствие туристских услуг, комплексно удовлетворяющих пожелания туристов по организации отдыха и получению туристских впечатлений [5];

воспроизводство элементов сферы туризма – ограниченное использование современных технических средств для оказания туристских услуг;

расширение использования туристского потенциала – не задействованы ранее не использовавшиеся ресурсы развития туризма в регионе;

стратегическое развитие туризма – отсутствие необходимого рекламно-информационного обеспечения и современных методов продвижения туристских продуктов на внутреннем и внешнем рынках [6-9].

Оценочный метод в управлении туристским потенциалом региона реализуется через выявление слабых сторон в предоставлении туристских услуг, что позволяет точно определить нужное количество средств, необходимых для устранения недостатков и улучшения туристских услуг в дестинациях региона, а также для повышения благосостояния населения региона.

Несомненна зависимость бюджетных мер от оценки туристского потенциала региона [10, 11]. Объем поступлений в бюджет региона прямо зависит от состояния его экономики, а от экономического положения региона зависят доходы населения, уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры туризма. Отсутствие методов оценки для определения качества предоставляемых туристских услуг в дестинациях выражается в нерациональном финансировании населенных пунктов региона [11, 12].

Следовательно, использование оценочного метода позволит разделить бюджетные поступления между населенными пунктами региона таким образом, чтобы развить отстающие дестинации до уровня дестинаций – лидеров на туристском рынке и более полно использовать туристский потенциал региона [13-16].

В основу оценочного метода положен принцип выделения обобщающих показателей. Реализация обеспечивается способом группировки исследуемых объектов, сравнением объектов, опросом потенциальных туристов и методом балльной оценки.

В качестве обобщающего показателя используется количественный критерий качества, который выражен как комплексный показатель качества, рассчитанный как среднее арифметическое взвешенное:

$$Q = \sum_{i=1}^n v_i \frac{\sum_{j=1}^m q_{ij}}{m}, \quad (1)$$

где Q – комплексный показатель качества предприятия;

v_i – весовой коэффициент показателя качества исследуемых услуг;

q_{ij} – j -й балл, полученный по i -й исследуемой услуге;

m – количество оценок услуги;

n – количество оцениваемых услуг.

Для расчета Q необходимо предварительно оценить степень важности или весовые коэффициенты качества услуг, которые предоставляет регион. Эти коэффициенты дадут возможность фирме (клиенту) оценить те услуги, качество которых наибольшим образом сказывается на подготовленности региона к приему туристов.

Для определения важности той или иной услуги могут быть использованы опросные листы. Материал, полученный в результате опроса, позволит определить приоритетные направления деятельности в регионе.

На основе весовых коэффициентов туристских услуг и каждого отдельного показателя качества можно произвести расчет среднего показателя качества услуг туристской дестинации.

Методика оценки ресурсного потенциала, может быть разработана на концепции единого стандарта качества региона для определения эффективности туристской деятельности региона.

При этом:

а) такой метод оценки ресурсного потенциала позволяет оценить эффективность работы региона и провести сравнительный анализ с другими регионами;

б) предлагаемые в настоящее время методики для оценки деятельности ресурсного потенциала являются достаточно сложными (например, метод мультипликатора) для практического применения и в некоторых случаях – недостаточно обоснованными.

Поэтому в период слабого финансирования городов региона и отсутствия развитой туристской инфраструктуры такой методикой можно пользоваться для определения эффективности туристской деятельности региона, что позволит в дальнейшем пропорционально распределить дотации на города региона и обеспечить их конкурентную борьбу за туристов.

Исходя из того, что основной целью получения туристской услуги для конкретного потребителя являются качественный отдых и комфорт, важнейшим показателем эффективной деятельности туристской организации в регионе может служить качество оказанной услуги для конкретного человека, или другими словами, насколько оказанные услуги эффективны для непосредственного получателя.

Эффективность услуг в данном случае рассматривается как степень достижения положительного результата, который выражен положительными эмоциями оценок конкретного пользователя туристских услуг. Поскольку услуга направлена на удовлетворение потребностей туриста, коэффициент эффективности оказанных услуг предлагается рассчитывать как

$$K_{\text{э.о.у}} = \sum_{i=1}^n \frac{P_i^{\text{н.э}}}{P_i^{\text{общ}}} \quad (2)$$

где $P_i^{\text{н.э}}$ – количество пользователей i -й туристской услугой, получивших положительные эмоции;

$P_i^{\text{общ}}$ – общее число пользователей i -й услуги.

Значение, которое приобретает коэффициент, можно описать следующим образом: $0 \leq K_{\text{э.о.у}} \leq 1$. При этом необходимо, чтобы $K_{\text{э.о.у}} \rightarrow 1$.

Эмоциональное состояние и достижение индивидуальных целей будут оказывать значительное влияние на результат туристского воздействия, так как неудовлетворение пользователя качеством оказания услуг может негативно сказаться на его отношении и оценке. Коэффициент удовлетворенности предоставленными услугами:

$$K_{\text{уд}} = \frac{\sum_{i=1}^n U_i}{n} \quad (3)$$

где U_i – степень удовлетворенности i -й туристской услугой.

Коэффициент эффективности оказания туристских услуг:

$$K_{\text{э.м.у}} = K_{\text{э.о.у}} \times K_{\text{уд}} \quad (4)$$

Социальная эффективность туристских услуг:

$$K_{\text{с.э.}} = \frac{K_{\text{э.о.у}} + K_{\text{уд}} + K_{\text{э.м.у}}}{3} \times \frac{Ц_n}{Д_n} \quad (5)$$

где $K_{с.э}$ – коэффициент социальной эффективности туруслуг;

C_n – цена путевки;

D_n – среднедушевые доходы населения.

Выводы. 1. На основе анализа экономического механизма развития туризма определено, что посредством оценки ресурсов можно оптимизировать финансовые возможности реализации туристского потенциала региона.

2. Целесообразно использование в управлении туристским потенциалом оценочного метода как инструмента управления туристским потенциалом региона.

3. Предлагаемые теоретические положения и практические приёмы оценочного метода позволяют повысить эффективность управления туристским потенциалом региона.

Список использованных источников

1. Держстат України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. **MarketinG** [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://marketingbase.com.ua/report.php?issue=424>
3. **Данильчук В.Ф.** Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография / В.Ф. Данильчук. – Донецк: НАН Украины: Ин-т экономики пром-ти, 2006. – 240 с.
4. **Коблова А.А.** Рекреационно-туристский комплекс как объект регионального управления / А.А. Коблова // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика». – 2005. – №2. – 16 с.
5. **Бондарович А.А.** География зарубежных туристских центров / А.А. Бондарович. – Барнаул: Полиграфист, 2006. – 122 с.
6. **Биржаков М.Б.** Введение в туризм / М.Б. Биржаков – СПб.: Герда, 2009. – 576 с.
7. **Бутко И.И.** Туристический бизнес: основы организации / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. — Ростов-н/Д: Феникс, 2008. – 384 с.
8. **Дурович А.П.** Организация туризма: учеб. пособ. / А.П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 383 с.
9. **Здоров А.Б.** Экономика туризма: учеб. / А.Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 266 с.
10. **Ушаков Д.С.** Экономика туристской отрасли: учеб. пособ. / Д.С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Феникс: MapT, 2010. – 464 с.
11. **Темный Ю.В.** Экономика туризма: учеб. / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Финансы и статистика: Инфра-М, 2010. – 446 с.
12. **Замедлина Е.А.** Экономика отрасли: туризм: учеб. пособ. / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. – М.: Альфа-М: Инфра-М, 2009. – 203 с.
13. **Котлер Ф.** Маркетинг, гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: Юнити, 2008. – 787 с.
14. **Мельник Е.А.** Организация туристской деятельности / Е.А. Мельник. – М.: Союз, 2008. – 286 с.
15. **Севастьянова С.А.** Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособ. / С.А. Севастьянова. – М.: КНОРУС, 2010. – 256 с.
16. **Селиванова Л.В.** Основы индустрии туризма: учеб. пособ. / Л.В. Селиванова. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 156 с.

© **В.В. Крачковский**

Надійшла до редакції 15.05.2013