

УДК 338.48:31

Мамотенко Д.Ю.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ МОНІТОРИНГУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Система моніторингу ринку туризму не тільки формує інформаційну базу для прийняття управлінських рішень, а й виступає методологічною основою вивчення соціально-економічних процесів, що протікають в сфері туризму. У нових умовах моніторинг ринку туризму допомагає методологічно забезпечувати аналіз впливу численних факторів на результати господарської діяльності підприємств сфери туризму, прогнозування ринку туристичних послуг, узагальнення на мікро-, мезо- і макрорівнях, передбачення наслідків прийнятих управлінських рішень.

Проблемі збору та аналізу даних у туризмі багато уваги приділяють міжнародні економічні та туристичні організації: Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітня рада туризму і подорожей (WTTC), Всесвітній економічний форум (WEF), Світовий Банк (WB), тощо. Окрім того, що кожна з організацій збирає дані по розвитку туризму в країнах та

мають власну методологію їх аналізу, деякі організації надають рекомендації урядам держав щодо методології статистики у туризмі.

Європейська Комісія розробила «Європейську систему показників туризму» (ETIS) – це система показників, придатних для всіх туристичних напрямків, що заохочує застосовувати більш розумний підхід до планування розвитку туризму. Туристичні destinations, які використовують індикатори ETIS, можуть вимірювати динаміку економічного розвитку, зважаючи на збереження різноманітних природних ландшафтів, які розташовані на відповідній території, а також забезпечити оцінку доступності туристичних локацій та туристичних об'єктів для всіх категорій відвідувачів. Тобто оцінка територій відбувається за двома напрямками: відповідальне управління туристичними destinations та сталий економічний розвиток території, доступність та дружність destinations до різних груп і категорій споживачів.

Національна туристична організація України запропонувала «Методологічні положення національної системи туристичної статистики». Методика спрямована на інтеграцію систем статистичних спостережень Державної служби статистики та організації альтернативних спостережень з метою визначення обсягів туристичного споживання та внеску туризму в економіку областей/регіонів України. Головними складовими методологічних положень є: визначення термінів і понять; уточнення джерел і процедур отримання даних щодо кількості відвідувачів (у тому числі одноденних), ночівель і витрат відвідувачів; визначення алгоритму розрахунків показників статистики туризму на рівні регіонів/областей України; формування основних підходів і принципів складання допоміжного рахунку туризму відповідно до міжнародних стандартів і рекомендацій [1].

Національна туристична організація України звітує результати роботи щодо збирання статистичної бази вітчизняного туризму за допомогою видання Туристичного барометру України, яке містить дані щодо внеску туризму в сукупну пропозицію товарів, послуг в рамках національної і регіональної економіки, отримані на основі методики допоміжного (сателітного) рахунку туризму. Структурно Туристичний барометр України репрезентує детальну збірку даних щодо туристичного попиту (потік відвідувачів, кількість розміщених у колективних засобах розміщування, відвідувачі музеїв, пасажиропотік), туристичної пропозиції (зайнятості в галузях туризму, інвестиційної активності, платіжного балансу в галузях, що відносяться до туризму. Крім того, напрацьовано методологію визначення таких важливих показників як внесок у ВРП галузей туризму, внесок у ВРП від безпосереднього обслуговування відвідувачів, ВВП, сформований безпосередньо в туризмі. При підготовці Туристичного барометру України враховано численні особливості національного законодавства та існуючої на даний час інформаційної бази. Принциповою відмінністю цього видання є

застосований в ньому новий для української статистики туризму підхід – великі масиви даних структурної статистики щодо кількості суб'єктів господарювання, зайнятості, обсягів реалізованих послуг, доданої вартості і витрат згруповані згідно викладеного у Міжнародних рекомендаціях статистики туризму 2008 року принципу – за видами туристичних продуктів, що дозволяє зробити крок у напрямку розуміння визначного місця туризму в економіці України [2].

Державне агентство розвитку туризму України доєдналося до презентації компанії «Google для туризму». Цей проєкт був створений для підтримки туризму шляхом впровадження інноваційних технологій та діджиталізації галузі. ДАРТ і компанія Google підписали Меморандум про співпрацю, що стало важливим кроком на шляху до розвитку туристичної галузі та digital-трансформації України [3].

Таким чином, вдосконалення національної системи моніторингу туристичного ринку, туристичної статистики, її адаптація до сучасних потреб, переведення на доступну цифрову платформу – це актуальні для української сфери туризму завдання, вирішення яких дасть можливість ефективніше розуміти ринкові тенденції, відслідковувати закономірності розвитку туризму; враховувати просторові особливості; визначити і оцінити цільові ринки. Якісна система моніторингу ринку туризму необхідна для оцінки аспектів туризму, розробки маркетингових стратегій, забезпечення і вдосконалення державної політики, зміцнення міжвідомчих відносин, оцінки ефективності та дієвості управлінських рішень і вимірювання показників туризму в масштабах національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Методологічні положення Національної системи туристичної статистики в Україні (НСТС). URL : https://nto.ua/nsts_methodology_ua.html
2. Туристичний барометр України: інфографіка. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
3. Як компанія Google спільно з ДАРТ розвиватиме український туризм. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-kompaniya-google-spilno-z-dart-rozvivatime-ukrayinskiy-turizm>