Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2024. № 11.

DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.100
УДК 311

С. А. Денисюк,
аспірант кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
ORCID ID: https://orcid.org/0009-0001-7041-2460

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

S. Denysiuk,
Postgraduate student of the Department of Management, Economics, Statistics and Digital Technologies,
Leonid Yuzkov Khmelnytsky University of Management and Law

SYSTEM OF INDICATORS OF THE ECONOMIC AND STATISTICAL STUDY OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SERVICES MARKET

Досліджено теоретичні аспекти визначення статистичних показників оцінки туристичного забезпечення міста та розглянуто основні теоретичні положення визначення цих показників, їхнє значення для розвитку міського туризму та можливості використання для підвищення рівня інформаційно-аналітичного забезпечення економіки управління туристичними послугами сучасного міста. Узагальнено систему показників економіко-статистичного

вивчення розвитку ринку туристичних послуг. Статистична методологія дозволяє забезпечити комплексний підхід до управління туристичним потенціалом міста та підвищення його привабливості як для внутрішніх, так і для міжнародних відвідувачів. Кількісна оцінка туристичного забезпечення міста – це процес збору, вимірювання та аналізу даних, які відображають стан та обсяги інфраструктури, послуг та ресурсів, що забезпечують туристичну діяльність у місті. Метою кількісної оцінки є отримання об'єктивної картини про поточний стан туристичної галузі, виявлення тенденцій, сильних і слабких сторін для подальшого планування та розвитку туристичного сектору.

The theoretical aspects of the determination of statistical indicators of the evaluation of the city's tourism support were studied and the main theoretical provisions of the definition of these indicators, their importance for the development of urban tourism and the possibility of using them to increase the level of information and analytical support of the economy of the management of tourist services of a modern city were considered. The system of indicators of the economic and statistical study of the development of the tourist services market is generalized. Statistical methodology allows for a comprehensive approach to managing the city's tourism potential and increasing its attractiveness for both domestic and international visitors. Quantifying the city's tourism provision is a process of collecting, measuring and analyzing data that reflect the state and volume of infrastructure, services and resources that support tourism activities in the city. The purpose of the quantitative assessment is to obtain an objective picture of the current state of the tourism industry, to identify trends, strengths and weaknesses for further planning and development of the tourism sector.

Quantifying the city's tourism provision is a process of collecting, measuring and analyzing data that reflect the state and volume of infrastructure, services and resources that support tourism activities in the city. This assessment includes indicators such as the number of places of accommodation, tourist facilities,

vehicles, the number of tourists, their expenditure and the economic impact of tourism on the local economy. The purpose of the quantitative assessment is to obtain an objective picture of the current state of the tourism industry, to identify trends, strengths and weaknesses for further planning and development of the tourism sector.

Seven groups of indicators are proposed, including: basic, capacity of the hotel offer, economic, intensity of tourist flows, employment in the tourism sector, infrastructure, environmental sustainability. In general, it is proposed to include 54 indicators in the proposed system of indicators for evaluating the city's tourism provision, which can be established on the basis of open statistical data of both state authorities and representatives of the tourism sphere of a modern city.

Keywords: *tourist services, statistical management support, tourist potential of the city.*

Ключові слова: *туристичні послуги, статистичне забезпечення управління, туристичний потенціал міста*.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Оцінка туристичного забезпечення міста є важливим етапом для аналізу його розвитку та планування майбутніх інвестицій у туристичну галузь. Статистичні показники відіграють ключову роль у цьому процесі, оскільки вони дозволяють кількісно виміряти та оцінити різні аспекти туристичної інфраструктури та ефективності послуг, що надаються туристам, а також розробити стратегії для поліпшення туристичного потенціалу міста.

Теоретичні аспекти, що стосуються визначення методології оцінки, включають розробку критеріїв, які дозволяють оцінити не лише кількість туристичних послуг і ресурсів, але й їхню якість, відповідність очікуванням туристів та вплив на місцеву економіку і культуру. У даній статті розглядаються основні теоретичні підходи до узагальнення такої методології,

зокрема аналізуються існуючі методи оцінки та їх адаптація до специфічних умов сучасного міста. Це дозволить забезпечити комплексний підхід до управління туристичним потенціалом міста та підвищення його привабливості як для внутрішніх, так і для міжнародних відвідувачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження методології оцінювання туристичних ресурсів займалося досить багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед них слід виділити: Л.П. Дядечко [1], І. Бережна [2], З. Герасимчук [3], Г. Михайліченко, [4]. Що займалися дослідженнями туристичних потоків, визначенням показників для порівняння та оцінки ефективності використання туристичних ресурсів. Також вагомими є праці українських дослідників ринку туристичних послуг, а саме О.О. Любіцева [5] розробила методологічні засади дослідження ринку туристичних послуг, тоді як Т.І. Ткаченко [6] запропонувала алгоритм розрахунку показників ємності локального (регіонального) та національного ринків, адаптованих для туристичної галузі. Л.М. Шульгіна [7], у свою чергу, запропонувала визначення кількісних характеристик туристичного ринку та методи їх розрахунку. Доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни досліджено у роботі Юхановської Ю.О [8].

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів визначення статистичних показників оцінки туристичного забезпечення міста та розглянуто основні теоретичні положення визначення цих показників, їхнє значення для розвитку міського туризму та можливості використання для підвищення рівня інформаційно-аналітичного забезпечення економіки управління туристичними послугами сучасного міста.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристичне забезпечення міста включає в себе широкий спектр послуг, ресурсів та інфраструктури, що забезпечують комфортне перебування туристів, а також сприяють позитивному іміджу міста. Для того, щоб ефективно оцінити стан і перспективи розвитку туристичного забезпечення, необхідно розробити методологію, яка враховує як кількісні, так і якісні аспекти цієї сфери.

Кількісна оцінка туристичного забезпечення міста – це процес збору, вимірювання та аналізу даних, які відображають стан і обсяги інфраструктури, послуг та ресурсів, що забезпечують туристичну діяльність у місті. Ця оцінка включає такі показники, як кількість місць розміщення, туристичних об'єктів, транспортних засобів, кількість туристів, їхні витрати та економічний вплив туризму на місцеву економіку. Метою кількісної оцінки є отримання об'єктивної картини про поточний стан туристичної галузі, виявлення тенденцій, сильних і слабких сторін для подальшого планування та розвитку туристичного сектору.

Результати дослідження. На основі опрацьованої туристичної літератури, доцільно розглянути розширений перелік показників кількісної оцінки, які охоплюють різні аспекти туристичного забезпечення, що в включають у собі [3, 4, 6, 7]: інфраструктурні показники, економічні показники, показники туристичного потоку, показник зайнятості, інфраструктура обслуговування та екологічні показники. Для кращого розуміння, розглянемо більше детальніше даний перелік та можливі варіанти їх практичного використання.

Основні показники є критично важливими для оцінки туристичного забезпечення міста, оскільки вони відображають рівень розвитку матеріально-технічної бази, яка безпосередньо впливає на досвід туристів та здатність міста приймати й обслуговувати гостей. Основна мета використання цих показників полягає в аналізі поточної інфраструктури, виявленні її сильних і слабких сторін та плануванні розвитку туристичного сектора. Серед них слід виділити підгрупи показників, а саме кількість місць розміщення, транспортну інфраструктуру, та туристичні об’єкти та розваги.

1. Кількість місць розміщення включає в себе наступний перелік показників:

1) кількість готелів за категоріями оцінки від споживачів – це важливий показник, який дозволяє оцінити різноманітність пропозицій на ринку готельних послуг. Аналіз кількості готелів за категоріями (5*, 4*, 3*, 2*,

1*) дає змогу зрозуміти, як місто готове задовольнити потреби туристів різних категорій, від бюджетних до люксових.

2) кількість хостелів та апартаментів – це показник, що демонструє доступність більш економних варіантів проживання, що є важливим для молодіжного та внутрішнього туризму.
3) загальна кількість номерів у готелях, даний показник дозволяє оцінити потенційну місткість готельної інфраструктури.
4) загальна кількість місць для проживання – це показник, який включає всі варіанти розміщення, що дозволяє побачити загальну місткість міста для прийому туристів.

2. Транспортна інфраструктура враховує у собі варіанти трансферів та паркувальних місць, серед них виділяють:

1) кількість міжнародних та внутрішніх авіарейсів, що надає оцінку доступності міста для туристів, особливо для міжнародних відвідувачів.
2) кількість міжміських автобусних та залізничних сполучень – це показник для оцінки доступності міста для внутрішніх туристів
3) кількість паркувальних місць для туристичних автобусів – це важливий індикатор для туроператорів, які організовують групові тури.
4) кількість таксі та прокатних автомобілів - визначає доступність місцевого транспорту для туристів, що особливо важливо для тих, хто планує самостійно подорожувати містом.

3. Туристичні об'єкти та розваги являють собою перелік показників, що враховують можливі варіанти активного та культурного відпочинку туристів [2]:

1) кількість музеїв та виставкових центрів, що відображає культурний потенціал міста та його здатність залучати туристів, зацікавлених у мистецтві та історії.
2) кількість історичних пам’яток – це оцінка кількості та стану історичних пам’яток допомагає зрозуміти туристичний потенціал міста як культурного центру.

3) кількість театрів, кінотеатрів та концертних залів – це показник, що характеризує можливості міста у сфері розважальних заходів.
4) кількість ресторанів, кафе та барів - визначає гастрономічний потенціал міста, що є важливим фактором для туристів.
5) кількість парків, садів та природних заповідників надає оцінку зеленої інфраструктури та можливостей для відпочинку на природі.
6) кількість туристичних маршрутів та екскурсійних програм – це показник, що демонструє різноманітність пропозицій для туристів щодо пізнання міста.

Використовуючи дані кількісні інфраструктурні показники, можна здійснити аналіз місткості готельної інфраструктури, що важливо для розуміння пропозиції на ринку туристичних послуг, допомагає виявляти регіони або міста з недостатньою кількістю засобів розміщення і може використовуватися для планування інвестицій у розширення готельного фонду.

Загальна кількість номерів ($Н^{ЗАГ}$)– це показник, який відображає загальну кількість номерів у закладах розміщення (готелі, хостели, апартаменти та інші засоби розміщення), доступних для туристів у певний період [9].

$$Н^{ЗАГ} = \sum_{i=1}^{n} Н^{i} \qquad (1)$$

де, n – загальна кількість закладів розміщення;

$Н^{i}$ – кількість номерів у конкретному закладі, готелі, хостели, апартаментах чи іншому місці проживання.

Коефіцієнт заповнюваності номерного фонду ($З_Н$) – оцінює рівень використання доступних номерів:

$$З_Н = \left(\frac{ЛД_В}{Н^{ЗАГ}}\right) \times 100\% \qquad (2)$$

де, $ЛД_В$ – кількість номерів, зайнятих туристами за певний період;

$Н^{ЗАГ}$ – загальна кількість номерів, доступних для розміщення.

Місткість закладів харчування ($М^{ХАРЧ}$)- цей показник визначає загальну кількість місць для сидіння у всіх закладах харчування [6]:

$$М^{ХАРЧ} = \sum_{i=1}^{n} КМ_i \qquad (3)$$

де, n – загальна кількість закладів харчування;

$КМ_i$ – кількість місць сидіння в конкретному ресторані або кафе .

За аналогічною схемою можна розрахувати і коефіцієнти використання громадського транспорту, об'єктів культурного, історичного та розважального значення для можливості їх порівняння з іншими регіонами країни та об'єктивно оцінити стан туристичної інфраструктури міста, визначити її потужності та виявити можливі напрями для поліпшення.

Економічні показники є ключовими індикаторами, що включають у собі групу кількісних показників оцінювання, які відображають фінансовий стан туристичної галузі міста, її вплив на місцеву економіку та рівень доходів, які отримує місто від туризму. Вони дозволяють аналізувати економічну ефективність туристичного сектору, виявляти тенденції та планувати майбутні інвестиції. Серед них слід виділити наступні підгрупи показників:

1. Доходи від туризму:

1) загальні доходи міста від туризму – це показник, що відображає економічну значущість туризму для міста.
2) частка туризму в місцевому ВВП – важливий для розуміння ролі туризму в економіці міста.
3) середні витрати одного туриста – це оцінка купівельної спроможності туристів, що дозволяє планувати розвиток інфраструктури та послуг.
4) податкові надходження від туризму, включають податки, що надходять до місцевого бюджету від діяльності в туристичному секторі, зокрема податки на прибуток, ПДВ, туристичні збори тощо.
5) доходи на одного туриста - оцінюють ефективність туристичної галузі з точки зору доходів, які генеруються на одного туриста. Цей показник є

важливим для розуміння того, наскільки місто успішно монетизує туристичний потік.

2. Інвестиції в туристичну інфраструктуру:

1) обсяг інвестицій у готельну інфраструктуру, що відображає динаміку розвитку сфери розміщення.
2) обсяг інвестицій у розвиток туристичних об'єктів - показує увагу міста до збереження та розвитку культурних і розважальних об'єктів.
3) обсяг інвестицій у транспортну інфраструктуру - оцінка розвитку транспортних засобів та шляхів, що обслуговують туристів.

Частка туризму в валовому внутрішньому продукті регіону ($Ч_{ВВП}$) – характеризує частку обсягу послуг у складі ВВП країни [10]:

$$Ч_{ВВП} = \frac{ОП_{ТП}}{ВВП} \times 100\%, \qquad (4)$$

де, $ОП_{ТП}$ – обсяг послуг, наданих туристичними підприємствами країни за мінусом імпорту, грн;

ВВП – валовий внутрішній продукт країни, грн.

Середні витрати на одного туриста (Всер) - показник визначає середню суму грошей, яку витрачає один турист під час свого перебування в місті або регіоні. Дозволяє оцінити купівельну спроможність туристів і визначити, наскільки ефективно використовується туристичний потенціал для отримання доходів, розраховується наступним чином:

$$Всер = \frac{О_{ТУР}}{К_{ТУР}} \qquad (5)$$

де, $О_{ТУР}$ - загальні доходи від туризму;

$Ч_{ТУР}$ – чисельність туристів.

Коефіцієнт рентабельності туристичної діяльності (Ртур) – показник оцінює ефективність використання інвестицій у туристичну галузь з точки

зору отриманих доход [5]. Дозволяє оцінити окупність інвестицій у туризм та визначити ефективність інвестування у цей сектор і розраховується за формулою:

$$\text{Ртур} = \frac{\text{П}_{\text{тур}}}{\text{І}_{\text{ТУР}}} \times 100\% \qquad (6)$$

де, $\text{П}_{\text{ТУР}}$ – прибуток від туристичної діяльності;

$\text{І}_{\text{ТУР}}$ - інвестиції у туристичну галузь.

Ці показники сприяють оцінці економічної результативності туристичного сектора, дозволяють визначити його вплив на розвиток регіону та забезпечують основу для прийняття виважених рішень у плануванні та управлінні туристичними ресурсами.

Наступною групою кількісних показників оцінки туристичного забезпечення виступають показники туристичного потоку, що відображають кількісні та якісні аспекти відвідуваності туристами певного регіону чи міста. Вони дозволяють оцінити інтенсивність туристичних потоків, їх сезонність, географічне походження туристів, а також середню тривалість перебування та інші важливі аспекти. Серед них слід виділити наступні підгрупи:

1. Загальна кількість туристів, що включає у собі різновиди туристів, залежно від місця проживання:

1) кількість внутрішніх туристів, що відображає привабливість міста для жителів інших регіонів країни.
2) кількість міжнародних туристів - відображає здатність міста залучати відвідувачів з інших країн.
3) розподіл туристів за країнами походження – це показник, що дозволяє аналізувати географію туристичних потоків та планувати маркетингові заходи.

2. Сезонність туристичного потоку:

1) кількість туристів по сезонах - показує сезонні коливання туристичної активності.
2) пікові місяці туристичного потоку – він дозволяє планувати ресурси та інфраструктуру для прийому туристів у найбільш завантажені періоди.

3. Тривалість перебування туристів:

1) середня тривалість перебування – це показник, що відображає інтерес туристів до міста і здатність міста утримати туристів на довший період.
2) середня тривалість перебування внутрішніх та міжнародних туристів – дозволяє аналізувати різницю у поведінці внутрішніх та іноземних туристів.

Туристичний потік – це постійне прибуття туристів у країну (регіон) або виїзд туристів за кордон за певний період часу [1].

До показників туристичного потоку відносяться:

1) загальна кількість туристів, у тому числі організованих і самодіяльних;
2) кількість туро-днів, що розраховується за формулою:

$$ТД = К_{ТУР} \times t \qquad (7)$$

де ТД- кількість туро-днів;

$Ч_{ТУР}$ - чисельність туристів;

t - середня тривалість перебування одного туриста в даній країні (регіоні), дні.

Тривалість перебування туристів ($Т_В$) - показник визначає середню кількість днів, яку турист проводить у регіоні [9].

$$Т_В = \frac{ЛДв^{ЗАГ}}{Ктур} \qquad (8)$$

де, ЛДв^{заг} – загальна кількість ночей, яку туристи провели в засобах розміщення за певний період;

Ктур – чисельність туристів;

Дозволяє оцінити попит на різні типи туристичних продуктів і послуг (наприклад, короткострокові тури або довготривалі відпочинки). Також допомагає планувати інфраструктуру для забезпечення туристів.

Коефіцієнт сезонності (КС) - показник відображає коливання туристичних потоків у різні періоди року. Дозволяє виявити періоди найбільшого і найменшого туристичного попиту та допомагає вивчати коливання попиту на туристичні послуги протягом року [9].

$$КС = \frac{КС_{ТУР}}{КМ_{ТУР}} \qquad (9)$$

де $КС_{ТУР}$ - кількість туристів у піковий сезон – туристи, що відвідали регіон у найактивніший сезон;

$КМ_{ТУР}$ – середня кількість туристів на місяць за рік – середнє значення кількості туристів за всі 12 місяців року.

Показники зайнятості туристичних ресурсів є важливими індикаторами ефективності використання наявної туристичної інфраструктури та людських ресурсів у туристичному секторі. Вони дозволяють оцінити, наскільки оптимально та ефективно використовуються різні елементи туристичних ресурсів, такі як готелі, ресторани, транспортні засоби, а також зайнятість у галузі. Для характеристики зайнятості в туристичній сфері, визначають наступні показники:

1) кількість зайнятих у готельному бізнесі – це показник, що відображає обсяг робочих місць, створених у сфері розміщення.
2) кількість зайнятих у ресторанному бізнесі - показує вплив туризму на сектор громадського харчування.

3) кількість зайнятих у туристичних агентствах та екскурсійних об’єктах - оцінка розвитку ринку туристичних послуг.
4) рівень безробіття серед фахівців туристичної галузі - показник, що дозволяє оцінити стабільність зайнятості в туристичному секторі.

Рівень зайнятості у туристичній сфері ($РЗ_{ТУР}$)– це показник, що оцінює частку працівників, зайнятих у туристичній галузі від загальної кількості зайнятих у регіоні [7]. Відображає важливість туристичної галузі для економіки регіону, а також її внесок у створення робочих місць.

$$РЗ_{ТУР} = \frac{Ч_{ТУР}}{Ч_{ЗАГ}} \times 100\% \qquad (10)$$

де $Ч_{ТУР}$ – кількість зайнятих у туристичній сфері – працівники, безпосередньо зайняті у туристичному секторі (готелі, ресторани, туристичні агенції, транспортні послуги);

$Ч_{ЗАГ}$ – загальна кількість зайнятих у регіоні – загальна чисельність працюючого населення.

Рівень безробіття серед фахівців туристичної галузі ($РБ_{ТУР}$) відображає частку безробітних працівників, які мають кваліфікацію або досвід роботи у сфері туризму, відносно загальної кількості трудових ресурсів у цій галузі, розраховується наступним чином:

$$РБ_{ТУР} = \frac{Б_{ТУР}}{Ч_{ТУР}} \times 100\% \qquad (11)$$

де $Б_{ТУР}$ – кількість безробітних фахівців у туристичній галузі – кількість осіб, які мають освіту або досвід у сфері туризму, але не мають роботи на момент оцінки;

$Ч_{ТУР}$ – загальна кількість фахівців у туристичній галузі – кількість зайнятих та безробітних фахівців, які можуть працювати у туристичному секторі.

Наступним важливим індикатором кількісної оцінки туристичних ресурсів виступає інфраструктура обслуговування туристичних ресурсів, що охоплює комплекс об'єктів і послуг, які забезпечують комфортне та якісне обслуговування туристів під час їхнього перебування в певному регіоні чи місті. Ця інфраструктура є важливим елементом туристичної галузі, оскільки вона безпосередньо впливає на рівень задоволення потреб туристів, їхній загальний досвід та бажання повернутися. Що включає в себе:

1. Охорона здоров’я та безпека, а саме:

1) кількість медичних установ, доступних для туристів - показник, що демонструє готовність міста надати необхідну медичну допомогу туристам.
2) кількість поліцейських пунктів і служб безпеки - оцінка безпеки для туристів у місті.
3) кількість інцидентів, пов’язаних із туристами - показник, що дозволяє оцінити рівень безпеки туристів у місті.

2. Інформаційна підтримка, що мастить наступні показники поінформованості туристів :

1) кількість туристично-інформаційних центрів - оцінка доступності інформації для туристів.
2) наявність багатомовних довідників та карт - показник, що відображає рівень підготовки міста до прийому міжнародних туристів.
3) кількість туристичних веб-сайтів і мобільних додатків - оцінка розвитку цифрових ресурсів для підтримки туристів.

Щодо показників екологічної стійкості, які відображають здатність туристичного сектора функціонувати, зберігаючи при цьому природні ресурси і мінімізуючи негативний вплив на довкілля. Вони є важливими індикаторами, що показують, наскільки ефективно туристична галузь інтегрує принципи сталого розвитку у свої операції та як вона сприяє збереженню екосистем і забезпеченню екологічної відповідальності. Серед них виділяють:

1) кількість еко-готелів – відображає готовність міста до сталого розвитку та екологічної відповідальності.
2) кількість туристичних об’єктів, які дотримуються принципів сталого розвитку – показник, що демонструє вплив туризму на довкілля та зусилля міста щодо його зменшення.
3) кількість програм з утилізації відходів у туристичних зонах – оцінка ефективності заходів із збереження навколишнього середовища у туристично активних районах.

Ці розширені показники дозволяють глибше аналізувати різні аспекти туристичного забезпечення міста, виявляти сильні та слабкі сторони, а також розробляти стратегії для поліпшення туристичного продукту та послуг, які надаються відвідувачам.

Застосування кількісної оцінки для аналізу туристичного забезпечення міста має низку важливих переваг, які роблять цей підхід корисним інструментом для управління та розвитку туристичної галузі. По-перше, кількісна оцінка дозволяє отримати чіткі та об'єктивні дані, що легко піддаються вимірюванню та порівнянню. Це особливо корисно для аналізу динаміки розвитку, виявлення тенденцій та оцінки ефективності прийнятих рішень [8].

По-друге, маючи точні дані про кількість туристичних об'єктів, рівень зайнятості в секторі чи обсяг інвестицій, міські органи влади та бізнес можуть краще розподіляти ресурси, визначати пріоритети в інвестиціях і розробляти стратегії для залучення нових туристичних потоків. Це забезпечує більш раціональне використання наявних ресурсів та підвищує загальну ефективність туристичної інфраструктури. Завдяки конкретним числовим даним керівники та інвестори можуть швидше та точніше реагувати на зміни в туристичному середовищі, коригувати маркетингові стратегії та адаптуватися до нових викликів. Це допомагає забезпечити стабільний розвиток туристичного сектора, підвищити його конкурентоспроможність і максимізувати економічний внесок у місцеву економіку.

Проте така методологія визначення показників має свої обмеження, які можуть ускладнити отримання повної картини стану та розвитку туристичної галузі. Основним недоліком цього підходу є те, що він зосереджується виключно на числових показниках, не враховуючи при цьому якісні аспекти туристичних послуг. Наприклад, велика кількість готелів у місті може свідчити про розвинену інфраструктуру, проте ці цифри не розкривають рівень задоволеності туристів обслуговуванням або комфортом під час їхнього перебування. Тому кількісна оцінка може створити лише поверхневе уявлення про якість туристичних послуг, не даючи змоги виявити проблеми, які потребують вирішення.

Ще однією важливою проблемою є недооцінка соціальних і культурних впливів туризму, які важко виміряти лише за допомогою чисел. Туристична діяльність може суттєво впливати на місцеві громади, змінюючи їхній звичний спосіб життя, культурні традиції та навіть викликаючи конфлікти між місцевими жителями та туристами.

Така оцінка не завжди адекватно враховує сезонні коливання та вплив зовнішніх факторів, таких як економічні кризи, природні катастрофи або політичні зміни. Нарешті, кількісні показники можуть бути схильні до маніпуляцій або неправильної інтерпретації, особливо коли вони використовуються для обґрунтування рішень щодо інвестування або планування. Зосередженість на числових даних, таких як кількість відвідувачів або доходи від туризму, може призвести до нехтування екологічними та соціальними наслідками, які не можна легко виміряти. Таким чином, кількісна оцінка, хоч і корисна для базового аналізу, повинна завжди доповнюватися якісними методами, щоб забезпечити більш збалансований і комплексний підхід до управління та розвитку туристичного сектора.

Висновок. Аналіз теоретичних аспектів визначення кількісних показників оцінки туристичного забезпечення міста дозволяє зрозуміти важливість цього підходу для ефективного управління та розвитку

туристичного сектора. Кількісні показники є ключовим інструментом для отримання об'єктивних і вимірюваних даних, які можуть бути використані для аналізу динаміки розвитку туризму, планування ресурсів, оцінки ефективності прийнятих рішень та розробки стратегій для подальшого зростання. Завдяки кількісній оцінці стає можливим детально вивчити різні аспекти туристичної інфраструктури та послуг, визначити сильні та слабкі сторони галузі, а також адаптувати управлінські підходи до нових викликів.

Однак, варто зазначити, що кількісна оцінка повинна доповнюватися якісними характеристиками, щоб забезпечити повноту розуміння стану туристичного сектора. Поєднання кількісних і якісних підходів дозволить досягти більш комплексного та збалансованого розвитку туризму, враховуючи не лише економічні показники, але й соціальні, культурні та екологічні аспекти. Таким чином, кількісні показники оцінки туристичного забезпечення міста є необхідним елементом сучасного управління туризмом, що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та забезпеченню сталого розвитку міста в цілому.

Література

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.

2. Бережна І. Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання (на матеріалах АР Крим). К. : НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2004. 640 с.

3. Герасимчук З., Глядіна М. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації : монографія. Луцьк : Надстир’я, 2006. 164 с.

4. Михайліченко Г. Туристичний потенціал: оцінювання та інноваційний розвиток. *Проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 115–123.

5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-є вид., перероб. та доп. К. : Альтпрес, 2006. 436 с.

6. Ткаченко Т. Г. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2ге вид., випр. та доповн. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

7. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 579 с.

8. Юхновська Ю. О. Методичні підходи оцінки туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 54–59.

9. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного Комітету статистики України від 12 листопада 2003 р. № 142/394. URL: https://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 26.10.2024).

10. Колосінська М. І., Колосінський Є. Ю. Система статистичних показників оцінювання туристичної сфери країни. *Науковий вісник Ужгородського національного університету* : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2016. Вип. 7, Ч. 2. С. 17–21. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/ jspui/ handle/ lib/ 12661 (дата звернення: 26.10.2024).

References

1. Diadechko, L.P. (2007), Ekonomika turysty, chnoho biznesu [Economy of tourism business], navchal'nyj posibnyk, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

2. Berezhna, I. (2004), Natsional'ni priorytety ta rehional'ni determinanty sotsial'no-ekonomichnoho zrostannia (na materialakh AR Krym) [National priorities and regional determinants of socio-economic growth (based on the materials of the Autonomous Republic of Crimea)], NAN Ukrainy, Instytut rehional'nykh doslidzhen', Kyiv, Ukraine.

3. Herasymchuk, Z. and Hliadina M. (2006), Rehional'na polityka rozvytku rekreatsijnoi sfery: mekhanizm formuvannia ta realizatsii [Regional policy for the development of the recreational sphere: the mechanism of formation and implementation], Nadstyr'ia, Luts'k, Ukraine.

4. Mykhailichenko, H.I.(2013),“Tourism potential: evaluation methods and innovative development”, Problemy ekonomiky, vol. 1, pp. 115-123.

5. Liubitseva, O.O. (2002), Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty) [Market of tourist services (geospatial aspects)], Alterpres, Kyiv, Ukraine.

6. Tkachenko, T.I. (2009), Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities], 2nd ed., Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

7. Shulhina, L.M. (2009), Marketynh pidpryyemstv turystychnoho biznesu [Marketing of tourism business enterprises], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

8. Yukhnovs'ka, Yu.O. (2019), “Methodical approaches to assessing the tourism potential of Ukraine and the regions”, Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Ekonomika i upravlinnia, vol. 30 (69), no. 4 (2), pp. 54-59.

9. State Agency for Tourism Development of Ukraine and State Statistics Service of Ukraine (2003), Order “On the approval of the Methodology for calculating the volumes of tourist activity”, available at: zakon.rada.gov.ua (Accessed 25 Sept 2024).

10. Kolosins'ka, M.I. and Kolosins'kyj, Ye.Yu. (2016), “The system of statistical indicators to measure the country’s tourism industry”, Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu: seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, vol. 7, no. 2, pp. 17-21 available at: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/12661 (Accessed 26.10.2024).

Стаття надійшла до редакції 30.10.2024 р.