

Н.О. Денисенко

Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ МІСТА

Узагальнено поняття «туристичний потенціал міста», структуровано його складові та виявлено основні методи визначення. Розглянуто напрямки впливу туризму на економіку території та запропоновано використання мультиплікатора для визначення прямих, непрямих та індукованих ефектів впливу. Проаналізовано зарубіжний досвід та обґрунтовано можливість його використання в умовах України.

Ключові слова: туристичний потенціал міста, прямі та непрямі ефекти впливу, мультиплікатор.

Постановка проблеми

Сьогодні туризм для багатьох територій є однією з найбільш прибуткових сфер діяльності, потужним джерелом отримання грошових потоків, що спрямовуються для економічного зростання і вирішення соціальних проблем. Крім того, розвиток туризму на території підвищує ефективність діяльності засобів розміщення і об'єктів харчування, безпосередньо впливає на збільшення товарообігу роздрібною торгівлю та обсягів реалізації сфери послуг; впливає на соціальну складову території у вигляді збільшення робочих місць, зростання доходів населення, підвищення якості життя; призводить до раціоналізації природокористування; сприяє збереженню культурної самобутності місцевого населення; генерує вторинний попит на товари і послуги; дає додаткові фінансові ресурси за рахунок надходжень податків в міський бюджет.

Але треба пам'ятати, що туристична індустрія – це складна і багатогранна сфера економічної діяльності в місті, що включає виробництво матеріальних та нематеріальних продуктів (послуг). Використання розвитку туристичних послуг з метою підвищення ефективності функціонування території є доволі специфічним напрямком. Неправильний підхід в управлінні розвитком туризму в місті, коли, наприклад, в першу чергу ставиться короткострокова мета максимізації доходу, може навпаки спричинити зниження міської економічної активності. Туризм впливає на зростання цін на місцеві товари і послуги, на земельні та інші природні ресурси, на нерухомість; сприяє відтоку грошей за кордон при туристичному імпорті; може викликати екологічні і соціальні проблеми. Позитивний вплив туризму на економіку території відбувається лише в тому випадку, коли туризм розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку міста в економіку послуг. Туризм

повинен розвиватися паралельно з іншими галузями міської економіки.

На розвиток туристичних послуг міста впливає багато зовнішніх та внутрішніх чинників. Серед зовнішніх це, в першу чергу сезонний характер туристичних послуг, політичні, економічні та природні фактори. Сезонний характер туристичного продукту вимагає постійного пошуку шляхів наповнення в низький сезон. Наприклад, проведення різного роду заходів (виставки-ярмарки, фестивалі, конференції, спортивні змагання), розвитку ділового та подієвого туризму.

Політичні чинники теж мають суттєвий вплив. Політична нестабільність скорочує туристичні потоки та призводить до серйозних фінансових втрат в туристичному бізнесі.

Вплив економічних чинників найбільш очевидний, оскільки чим краще розвинена економіка території та країни в цілому, тим краще розвинена матеріально-технічна база і вся туристична інфраструктура.

Вплив природних факторів тісно пов'язаний з сезонністю туристичного продукту. Наприклад, дощове літо на морському курорті, зима без снігу на гірськолижному курорті сильно впливають на споживання туристичних послуг. Різні природні катаклізми можуть на деякий час взагалі звести на нуль туристичну активність.

Крім того, існує багато внутрішніх факторів, що впливають на туристичний попит та туристичну пропозицію. Також необхідно пам'ятати про правові, екологічні, часові обмеження, які знижують можливість отримання прибутку, зменшують обсяг туристичного обороту. Інколи відсутність продуманої маркетингової політики, інформування потенційних споживачів про туристичні продукти території, не дозволяють потенційному туристу прийняти рішення про подорож.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вплив пропозиції туристичних продуктів на розвиток територій, мультиплікативного ефекту туризму почали вивчати з середини 1960-х років. Цим питанням присвячені праці М. Клаусона, Д. Фречлінга, С. Джонса та інших [1-4].

Регіональне планування та економіку туризму розглянуто в працях Александрової А.Ю., Романової Г.М., Карпової Г.А. [5]. Але деякі питання потребують подальшого розгляду та аналізу. Цим обумовлено вибір теми та предмету дослідження.

Мета дослідження – розвиток теоретичних основ та обґрунтування практичних рекомендацій щодо визначення мультиплікативного впливу туризму на розвиток міста.

Предмет дослідження – економічні відносини, що виникають в процесі виробництва, розподілу і споживання туристичних продуктів (послуг) в місті.

Об'єкт дослідження – прямі та непрямі впливи розвитку туристичного сектора на міську економіку.

Виклад основного матеріалу

Починаючи аналіз можливого розвитку туризму на певній території, необхідно дати відповідь на питання: який туристичний потенціал території? які саме туристичні продукти і послуги, в якій кількості та якої якості необхідні саме на цій території в цей період часу для задоволення потреб різних груп споживачів?

Найчастіше туристичний потенціал території розглядається як сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов для організації туристичної діяльності на певній території [6].

З іншого боку, це «сукупність туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури конкретного регіону, що володіє здатністю до максимально можливого виробництва послуг туризму в умовах їх найкращого використання» [7].

Крім того, туристичний потенціал також інколи розглядається як наявність на території, де здійснюється туристична діяльність, унікальних об'єктів [8].

Таким чином, міський туристичний потенціал може розглядатися як сукупність всіх туристичних ресурсів (наявних та потенційних), а також можливість їх ефективного використання з метою підвищення туристичної привабливості міста.

Туристичний потенціал – складна система з великою кількістю взаємопов'язаних елементів, що виконують різні функції в процесі створення туристичного продукту. І як будь-якій системі для нього характерні такі властивості системи, як

складність, цілісність, динамічність, взаємопов'язаність, гнучкість, циклічність розвитку.

Складові туристичного потенціалу міста представлено на рис.1.

Ресурсний потенціал міста включає в себе об'єкти і явища як природного, так і антропогенного походження. Історико-культурний потенціал виражається в сукупності пам'яток духовно-матеріальної спадщини території. Природний потенціал полягає в наявності комфортних кліматичних умов, різноманітної флори та фауни, рекреаційних ресурсів з метою здійснення туристичної діяльності.

Економічний потенціал міста – сукупність засобів і можливостей для забезпечення процесу виробництва туристичного продукту. Фінансовий потенціал містить у собі загальний обсяг власних фінансових ресурсів для здійснення туристичної діяльності, а також можливостей їх зовнішнього залучення у разі потреби. Інфраструктурний потенціал території – це здатність підприємств, що надають послуги розміщення, харчування, організації дозвілля і транспортного обслуговування задовольнити потреби потенційних споживачів. Інформаційний потенціал підсилює туристичні можливості території шляхом збору, обробки, аналізу і поширення інформації. Своєчасна повна достовірна інформація сприяє ефективним управлінським рішенням. Управлінський потенціал відображає рівень кваліфікації і навичок менеджменту території для створення відповідних сприятливих умов успішного функціонування міської туристичної сфери.

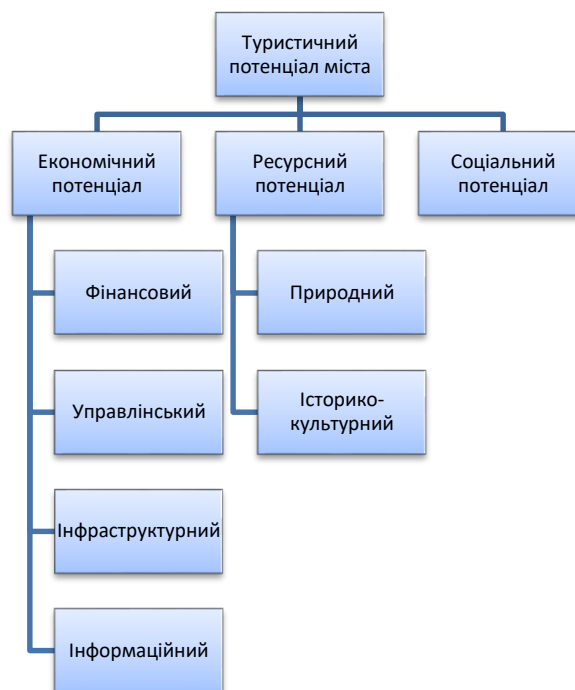


Рис. 1. Структура туристичного потенціалу міста

Соціальний потенціал – це, в першу чергу, професійно-кадровий потенціал міста, який включає ринок робочої сили міста, наявність спеціалістів, експертів та професіоналів туристичної сфери.

Для визначення туристичного потенціалу території використовують різні методи, серед яких експертний, порівняльний, картографічний, технологічний, естетичний і медико-біологічний методи аналізу.

За допомогою експертного методу проводиться комплексна оцінка ресурсів території та визначаються їх можливості в розвитку туристичного напрямку. Картографічний метод дає первинну інформацію про наявні туристичні ресурси. Технологічний метод показує ступінь інженерного освоєння території для подальшого його використання при створенні туристичного продукту. Естетичний метод визначає міру привабливості та унікальності туристичних об'єктів. Медико-біологічна оцінка вивчає сприятливість і комфортність природно-кліматичних умов для туристів, а також визначає рекреаційну ємність території.

При визначенні туристичного потенціалу території необхідно оцінити наявність різноманітних культурно-історичних пам'яток, ступінь їх доглянутості, загальнодоступність і можливість використання, а також проаналізувати втрачені можливості щодо використання даного об'єкта. Оцінюючи туристичну інфраструктуру, розглядають наявність в межах території необхідної кількості засобів розміщення для різних категорій туристів, кількість ліжко-місць в засобах розміщення туристів та їх наповненість; наявність підприємств громадського харчування; стан дорожньо-транспортної мережі, доступність окремих видів транспорту, протяжність маршрутів.

Розвиток сфери туризму для економіки міста має велике значення: грошові потоки, які виникають в результаті туристичної діяльності, впливають на територіальний відтворювальний процес. Завдяки мультиплікативному ефекту імпульс зростання передається іншим сферам, де активізується інвестиційна діяльність, створюються нові робочі місця, збільшується грошовий потік. За думкою експертів, туризм може стимулювати розвиток до тридцяти і більше суміжних галузей народного господарства, забезпечує приплив інвестиційних коштів, активізує створення підприємств малого бізнесу, посилює соціально-економічні та культурні зв'язки між територіями [9].

З метою визначення впливу туризму на економіку території використовують мультиплікатор, що розраховується на основі методу міжгалузевого балансу. Метод був розроблений відомим вченим-економістом

В. Леонтьєвим в 20-х роках попереднього століття [10,11].

Розрахунок мультиплікаторів туризму передбачає визначення сукупного доходу від туристичної галузі та супутньої інфраструктури. Комплексна оцінка дозволяє виявити економічний рівень розвитку туризму на території, ефект, а також є основою для обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

У сучасній науковій літературі виділяють декілька видів мультиплікаторів (див. рис. 2). Мультиплікатор доходу показує додатковий дохід, отриманий в результаті збільшення витрат туристів [12].



Рис.2. Види мультиплікаторів

Мультиплікатор продажу вимірює додаткову виручку від реалізації туристичних підприємств в результаті збільшення витрат туристів.

Мультиплікатор випуску визначає обсяг додаткової продукції або послуг, вироблених за рахунок збільшення витрат туристів. На відміну від мультиплікатора продажів мультиплікатор випуску визначає зміну обсягу випущеної, але обов'язково реалізованої продукції.

Мультиплікатор зайнятості визначається як загальна кількість додаткових робочих місць, створених за рахунок збільшення витрат туристів. Розрахунок цього мультиплікатора є найбільш складним через широке використання тимчасової (сезонної) та неповної зайнятості в туризмі.

Мультиплікатор інвестицій визначається як вплив капіталовкладень на сумарний дохід. Збільшення інвестицій в сферу туризму впливає на всю економіку міста та особливо на міське господарство.

Мультиплікатор комерційних операцій відображає збільшення товарообігу підприємств як результат зростання туристичних витрат. Додатковий попит на товари та послуги вимагає їх виробництва, що у свою чергу призводить до розвитку галузей, що випускають предмети споживання: сувенірну продукцію, вироби місцевих кустарних промислів і т. п.

Ефект збільшення доходу в туризмі має перш за все територіальне значення. Значне збільшення доходу відбувається тоді, коли виручка від туризму переходить в міську торгівлю, промисловість,

сільське господарство і т.д. Значення мультиплікатора різні залежно від характеру міської економіки і ступеня взаємозв'язку різних її секторів.

На рис. 3 показано взаємозв'язок та взаємовплив різних сфер міської економіки та туризму.

Розвиток туризму впливає на харчову промисловість та громадське харчування, оптову та роздрібну торгівлю (продовольство, товари повсякденного попиту), транспортну інфраструктуру (автомобільні і залізні дороги, авіап перевезення), енергетичну інфраструктуру (електро- і газопостачання), житлово-комунальне господарство (водопостачання та водовідведення, утилізація твердих побутових відходів); заклади освіти всіх рівнів (формування штату робітників туристичної сфери), інформаційно-телекомунікаційні системи [13].

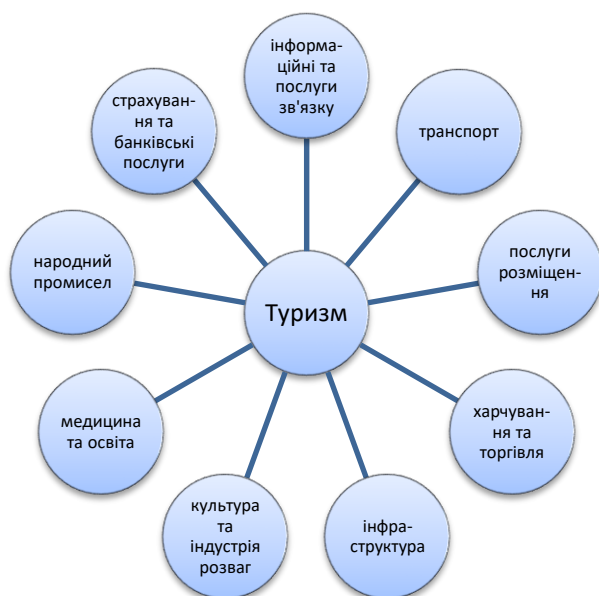


Рис.3. Взаємозв'язок туризму з різними сферами міської економіки

У туризмі економічний ефект (різниця між результатами економічної діяльності та витратами) може виражатися в збільшенні попиту на туристичний продукт, зростанні валового внутрішнього продукту.

Якщо говорити про економічну ефективність розвитку туристичної діяльності, то її слід оцінювати з різних позицій. Тому виділяють, наприклад, соціально-економічну, екологічну, бюджетну ефективність. Соціально-економічна ефективність туристичної діяльності показує підвищення добробуту населення території, підвищення рівня доходів, зростання зайнятості. Екологічна ефективність відображає інформацію про стан навколишнього природного середовища.

У різних країнах використовують різні національні методики оцінки соціально-економічних ефектів від розвитку туристичної сфери. Вони відрізняються тим, які саме ефекти оцінюють.

У США це Модель ефектів від витрат відвідувачів (Visitor Spending Effects Model), в Європейському союзі – програма Natura 2000 [14].

У європейській моделі виділяють та аналізують види прямого та непрямого використання ресурсів, пряму та непряму цінність від використання ресурсів, цінність від можливого використання або невикористання ресурсів в майбутньому.

В американській моделі намагаються врахувати найбільшу кількість ефектів (Economic Impact Analysis) та виділяють прямі, непрямі і індуковані ефекти. В основі моделі лежить саме концепція мультиплікативного ефекту, що розглядалася вище.

Процес мультиплікації починається зі зміни обсягу виробництва товарів, послуг або витрат. Це прямі ефекти від розвитку туристичної сфери.

Зміна витрат веде до зміни обсягу податкових надходжень, показників прибутку, змінюються обсяги виробництва в сусідніх галузях економіки. Це непрямі ефекти від розвитку туристичної сфери.

Прикметник «індуковані», походить від латинського слова «inductio», в перекладі означає «спонукання». Тобто, індуковані ефекти, це ефекти, що викликані додатковим попитом. Зміна витрат веде також до зміни трудових доходів і доходів домогосподарств (обсяг нарахувань на зарплату і заощаджень). В результаті змінюється обсяг витрат на місцеві товари і послуги, обсяг імпорту. Ці зміни відображають індуковані ефекти.

Visitor Spending Effects Model використовує статистичні дані про кількість туристів та результати соціально-економічного моніторингу, для чого було відібрано 14 пілотних територій. Провели сегментування відвідувачів (місцеві, немісцеві; з зупинкою на один день чи декілька днів; з зупинкою в колективних засобах розміщення, приватних будинках, безкоштовно у друзів та ін.) та поділ за категоріями витрат (витрати на колективні засоби розміщення; витрати в ресторанах, кафе і барах; витрати на продукти харчування в місцевих магазинах; витрати на бензин; витрати на місцевий транспорт; витрати на відпочинок і розваги; роздрібна торгівля та ін.).

Потім на основі загальних витрат шляхом множення на коефіцієнт мультиплікатора витрат розраховуються непрямі і індуковані ефекти.

Проведені дослідження показали, що, наприклад, національні парки США, що займають площу 34 млн. га в 2018 році відвідали 318 млн. осіб, що забезпечило 329 000 робочих місць, 13,6 млрд. доларів США трудового доходу, 23,4 млрд.

доларів США додаткової вартості [14]. Цікаво, що найбільший економічний ефект від туристичної сфери для приватного бізнесу виникає в разі, якщо турист залишається на ніч. В цьому випадку місцева економіка отримує до 100 доларів США додаткових доходів, оскільки турист, що залишився на ніч, витрачає в середньому в сім разів більше, ніж одноденний турист.

Оцінка соціально-економічних ефектів з врахуванням мультиплікативного ефекту та розрахунку приведенного доходу (Net Present Value, NPV) дозволяє спрогнозувати потенційну віддачу від реалізації того чи іншого проекту на території та прийняти оптимальні управлінські рішення. Найскладніше при цьому визначити яка саме частина виручки місцевого бізнесу пов'язана з туризмом та скільки непрямих доходів та вигід приносить туризм домогосподарствам і підприємствам в місті.

Висновки і перспективи подальших досліджень

Таким чином, узагальнюючи проведені дослідження, можна зробити висновок, що з метою визначення інтегрального соціально-економічного ефекту від розвитку туристичної діяльності в місті, необхідно розраховувати агрегований показник, що враховує прямі, непрямі та індуковані ефекти. Це потребує розробки системи показників-індикаторів. Наприклад, для характеристики прямих ефектів – надходження від розміщення туристів, харчування, відвідування культурно-розважальних об'єктів, придбання сувенірів та отримання додаткових послуг. Для характеристики непрямих ефектів – послуги підприємств ЖКХ, транспорту, обсяг додаткових надходжень до міського бюджету.

Мультиплікативний ефект – це відношення суми прямих, непрямих і індукованих ефектів до прямих ефектів, що фактично показує скільки гривень непрямого доходу (в інших секторах економіки міста) дає одна гривня, що витрачена туристами в місті.

Розрахунок окремо мультиплікаторів доходу, випуску, продажу, комерційних операцій, зайнятості, інвестицій потребує більш детального вивчення та вимагає більших зусиль, але завдяки отриманим даним можна дати відповідь на питання яка частка туризму у валовому місцевому продукті, яка частка працездатного населення зайнята в туризмі та суміжних секторах міської економіки та що саме створило мультиплікативний ефект в економіці міста.

Література

1. Clawson, M. and Knetsch, J.L. (1966) *Economics of Outdoor Recreation*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
2. Frechtling D. (1999) *The tourism satellite account: foundations, progress and issues*, *Tourism Management* 20 (1999) pp 163–170.
3. Jones C. and M. Munday (2007) *Exploring the Environmental Consequences of Tourism: A Satellite Account Approach*, *Journal of Travel Research* 2007; 46; 164.
4. Archer, B. and J. Fletcher (1996), *The Economic Impact of Tourism in the Seychelles*, *Annals of Tourism Research*, 23, 1: 32–47.
5. Карпова Г. А., Лаврова Т. А. *Особенности развития туризма и исследование туристического потенциала в Санкт-Петербурге. Монография.* — СПб., 2007.
6. Кусков, А. С. *Рекреационная география / А. С. Кусков и др.* - М.: МПСИ, Флинта, 2005. - 496 с.
7. Карпушкина, А.В. *Оценка туристского потенциала региона (на примере Челябинской области) / А.В. Карпушкина и др. // Экономические науки.* – 2009. - №6(55). – С. 204-220.
8. Николаенко, Д.В. *Рекреационная география: учеб. Пособие / Д. В. Николаенко и др.* – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. – 288 с.
9. Морозов М. А. *Туристские дестинации и закономерности их развития. Монография.* М. : МИГМТ, 2005. — 156 с.
10. Лукин, Е.В. *Направления использования межотраслевого баланса в анализе и моделировании развития социально-экономических систем // Вопросы территориального развития.* 2017. № 1 (36). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://vtr.vscs.ac.ru/article/2125>
11. Leontieff, W. *Multiregional input-output analysis in «International conference on input-output techniques» [Текст] / W. Leontieff, A. Straut.* – Geneva, 1961. – 119 p.
12. Чилилов А.М. *Проблемы ресурсного обеспечения сферы туризма / А.М.Чилилов.* - М.: Экономика, 2006. - 255 с.
13. Даниленко Н.Н. *Туризм и устойчивое развитие региона: социальный и институциональный аспекты / Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцова.* — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. — 158 с.
14. C. Thomas, L. Koontz, E. Cornachione. *National Park Visitor Spending Effects. Economic Contributions to Local Communities, States, and the Nation. Natural Resource* [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.nps.gov/nature/customcf/NPS_Data_Visualization/docs/NPS_2018_Visitor_Spending_Effects.pdf

References

1. Clawson, M. and Knetsch, J.L. (1966) *Economics of Outdoor Recreation*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
2. Frechtling D. (1999) *The tourism satellite account: foundations, progress and issues*, *Tourism Management*, 20, 163-170.
3. Jones C. and M. Munday (2007) *Exploring the Environmental Consequences of Tourism: A Satellite Account Approach*, *Journal of Travel Research*, 46, 164.

4. Archer, B. and J. Fletcher (1996), *The Economic Impact of Tourism in the Seychelles*, *Annals of Tourism Research*, 23, 32-47.
5. Karpova GA, Lavrova TA (2007) *Features of tourism development and the study of tourism potential in St. Petersburg*. Monograph.
6. Kuskov, A. S. (2005) *Recreational geography*. Moscow, MPSI, Flinta, 496.
7. Karpushkina, A.V. (2009) *Assessment of the tourist potential of the region (on the example of the Chelyabinsk region)*. *Economic Sciences*, 6 (55), 204-220.
8. Nikolaenko, D.V. (2001) *Recreational geography*. *Humanit. ed. center VLADOS*, 288.
9. Morozov M.A. (2005) *Tourist destinations and patterns of their development*. Monograph. *MIGMT*, 156.
10. Lukin, E.V. (2017) *Directions of using the input-output balance in the analysis and modeling of the development of socio-economic systems*. *Questions of territorial development*, 1 (36). Retrieved from: <http://vtr.vssc.ac.ru/article/2125>
11. Lentieff, W. (1961) *Multiregional input-output analysis in "International conference on input-output techniques"*. 119.
12. Chililov A.M. (2006) *Problems of resource provision in the tourism sector*. *Economics*, 255.
13. Danilenko N.N. (2013) *Tourism and sustainable development of the region: social and institutional aspects*. BSUEP Publishing House, 158.
14. Thomas C., Koontz L., Cornachione E. *National Park Visitor Spending Effects. Economic Contributions to Local Communities, States, and the Nation*. *Natural Resource* Retrieved from: https://www.nps.gov/nature/customcf/NPS_Data_Visualization/docs/NPS_2018_Visitor_Spending_Effects.pdf

Рецензент: д-р техн. наук, проф. Є.Є. Ключниченко, Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ, Україна.

Автор: ДЕНИСЕНКО Наталія Олегівна
кандидат економічних наук, доцент кафедри міського господарства
Київський національний університет будівництва і архітектури
E-mail – nodkiev@gmail.com
ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5490-2972>

DETERMINING THE IMPACT OF TOURISM DEVELOPMENT ON THE CITY ECONOMY

N. Denysenko

Kyiv National University of Construction and Architecture, Ukraine

Problems of efficiency of tourism development for the urban economy should be considered on the basis of a systematic approach, which involves the establishment of different criteria and indicators for different levels of government, as well as a hierarchy of goals and corresponding efficiency criteria.

Based on the analysis, the article summarizes the concept of "tourist potential of the city". It is determined that the main components of tourist potential are resource, economic and social potential. The main methods of determining the tourist potential are identified, including expert, comparative, cartographic, technological, aesthetic methods of analysis.

The directions of tourism impact on the economy of the territory are considered. Direct and indirect effects, as well as induced effects of tourism development are considered separately. The interrelation and interaction of different spheres of the city economy and tourism are shown. In the analysis it is necessary to consider significant sectors of the urban economy: hotel, construction, catering, retail, tour operators, industry, wholesale, housing and communal services, communications, transport, insurance and banking, medicine, education and others.

To calculate the gross tourist product, calculate the sum of all costs incurred for the production of tourist goods and services for a certain period. These are the costs of tourist consumption, private and public tourism investments. In addition, calculate the amount of all income from the sale of tourist goods and services for a certain period. This income from the sale of tourist goods and services, income from renting rooms, apartments, etc.

The use of a multiplier to determine the impact of tourism development on the city economy is proposed. The calculation of tourism multipliers involves determining the total income from the tourism industry and related infrastructure. Comprehensive assessment allows to identify the economic level of tourism development in the territory, the effect, and is also the basis for justification and management decisions.

The study showed that in the modern scientific literature there are several types of multipliers. These are multipliers of income, employment, investment, commercial operations, production and sales. The foreign experience of assessment of social and economic effects from the development of the tourist sphere is analyzed and the possibility of its use in the conditions of Ukraine is substantiated.

Keywords: *tourist potential of the city, direct and indirect effects, multiplier.*