

СЕКЦІЯ 9
СТАТИСТИКА

УДК 338.48:31

Милашко О.Г.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики
Одеського національного економічного університету

**СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У статті розглянуто статистичний інструментарій аналізу закономірностей діяльності туроператорів і турагентів України. Здійснено дослідження структури та динаміки їхніх показників. Оцінено вплив факторів основних характеристик розвитку такої сфери діяльності.

Ключові слова: туроператор, турагент, туристична путівка, тур, середня тривалість туру, структура, динаміка, факторний аналіз.

Мылашко О.Г. СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассмотрен статистический инструментальный анализа закономерностей деятельности турагентов и туроператоров Украины. Осуществлено исследование структуры и динамики их показателей. Оценено влияния факторов основных характеристик развития такой сферы.

Ключевые слова: туроператор, турагент, туристическая путевка, тур, средняя продолжительность тура, структура, динамика, факторный анализ.

Mylashko O.G. STATISTICAL EVALUATION OF PATTERNS OF DEVELOPMENT OF SUBJECTS OF TOURIST ACTIVITY

The article discusses the statistical tools of study of travel agents and tour operator activity. Statistical analysis of the structure and dynamics of indicators was carried out. Influence of factors the main characteristics of this sector was estimated.

Keywords: tour operator, travel agent, tourist certificate, tour, average duration of the tour, structure, dynamics, factor analysis.

Постановка проблеми. Один із найприбутковіших видів діяльності у світі – туризм потребує інформаційно-аналітичної підтримки задля прийняття ефективних управлінських рішень у такій сфері, можливості здійснення перспективних розрахунків і порівнянь. Це повною мірою стосується суб'єктів туристичної сфери, туроператорів і турагентів для яких статистичне дослідження їхньої діяльності створює умови для її оптимізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результатом багаторічного дослідження проблем, які стосуються статистичного обліку у сфері туризму, порівняльності у визначенні термінів, категорій, класифікацій у туризмі, стали Міжнародні рекомендації зі статистики туризму 2008 р., розроблені під керівництвом Департаменту з економічних та соціальних питань Секретаріату Організації Об'єднаних Націй [1]. Основні концепції таких рекомендацій мають практичне використання в більшості країн світу, відповідають визначенням інших міжнародних класифікацій (системі національних рахунків, платіжному балансу тощо) та придатні для аналізу сфери туризму на національному та субнаціональному рівнях [1, с. 6–9].

Відповідно Міжнародним рекомендаціям зі статистики туризму в Україні у 2011 р. розроблено Методологічні положення зі статистики туризму, в яких напроми й показники туристичної діяльності гармонізовані з відповідними характеристиками інших країн [2]. Ці положення містять визначення, функції, обов'язки та завдання суб'єктів туристичної діяльності відповідно до законодавства України [2, с. 7–10].

Проблемами вивчення стану та перспектив розвитку сфери туризму займаються багато вітчизняних

та зарубіжних учених [3–7]. Вони здійснюють значний внесок у розробку питань побудови статистичного інструментарію щодо дослідження розвитку цієї сфери діяльності.

Постановка завдання. Метою дослідження є статистичне оцінювання діяльності суб'єктів туристичної сфери та здійснення аналізу закономірностей розвитку основних її характеристик. Для досягнення цієї мети намічено вирішення низки завдань, основними з яких є: 1) аналіз структури та структурних змін щодо кількості реалізованих туристичних путівок турагентами і туроператорами з поясненнями причин можливих зрушень; 2) оцінювання інтенсивності розвитку таких важливих характеристик діяльності як середня ціна одного турудня та середня ціна однієї путівки з подальшим аналізом впливу факторів на ці зміни; 3) вивчення динаміки середньої тривалості перебування за реалізованими путівками окремими суб'єктами туристичної діяльності; 4) дослідження багатофакторної моделі вартості реалізованих путівок турагентами України з виявленням позитивних і негативних чинників впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічними положеннями зі статистики туризму суб'єктами туристичної діяльності в Україні визначені туроператори та турагенти [2, с. 10]. Туроператори займаються насамперед організацією та забезпеченням створення туристичного продукту, реалізацією та наданням туристичних послуг. Діяльність турагентів полягає переважно у здійсненні посередницької роботи з реалізації туристичного продукту туроператорів.

Форма 1-туризм «Звіт про туристичну діяльність за рік», що надають статистичним службам туроператорів і турагентів, містить показники, які під час подальшого узагальнення уможливають аналіз основних закономірностей діяльності суб'єктів туристичної сфери. Державною службою статистики України формується і поширюється бюлетень «Туристична діяльність в Україні за рік» [8]. Інформація, яку така публікація містить, дає можливість здійснювати комплексне дослідження у сфері туризму.

Найбільший науковий і практичний інтерес (в управлінців, науковців та споживачів туристичних послуг) викликає узагальнена інформація щодо кількості і вартості реалізованих турпутівок та кількості туроднів за реалізованими путівками. Бюлетень «Туристична діяльність в Україні за рік» містить інформацію щодо подорожей громадян України та іноземних громадян у межах країни; дані, що стосуються подорожей за кордон; інформацію щодо відповідної діяльності фізичних осіб-підприємців. У бюлетені представлений також розподіл відповідних характеристик результатів діяльності за регіонами. Таким чином, залежно від задач аналізу дослідник має можливість створювати вторинні групування та здійснювати необхідні напрями дослідження.

У таблиці 1 представлені дані щодо подорожі громадян України за кордон, яку забезпечують суб'єкти туристичної діяльності – юридичні особи.

Прийняття ефективних управлінських рішень у сфері діяльності турагентів і туроператорів потребує аналізу закономірностей процесів щодо реалізації ними туристичних путівок. Закономірності проявляються в середніх величинах, характеристиках структури, динаміки, впливу факторів тощо.

Дані таблиці 2 свідчать про докорінну зміну структури суб'єктів туристичної сфери щодо всіх характеристик їх діяльності.

У 2014 р. часка туроператорів у загальній кількості реалізованих туристичних путівок, їх вартості та кількості туроднів перевищувала питому вагу турагентів. Проте у 2015 р. спостерігається зменшення їх питомої ваги за всіма параметрами: на 27,9 п. п. зменшилася питома вага туроператорів на користь турагентів щодо кількості реалізованих путівок, на 27,7 п. п. – щодо вартості реалізованих путівок, на 23,4 п. п. – щодо кількості туроднів. Подальше дослідження висвітлить причину такої ситуації.

Однією з основних характеристик закономірностей є середня величина. Саме вона характеризує процес загалом, бо відображає типовий розмір ознаки в розрахунку на одиницю сукупності. За даними таблиці 1 обчислено середню ціну однієї путівки (співвідношення вартості реалізованих путівок та їх кількості) та середню ціну одного туродня (співвідношення вартості реалізованих путівок та кількості туроднів) за кожним суб'єктом туристичної діяльності та загальну середню ціну за обома суб'єктами за кожний рік (таблиця 3).

Дані таблиці 3 свідчать, що в туроператорів середня ціна однієї путівки і середня ціна одного туродня майже завжди перевищували відповідні показники в турагентів, за винятком середньої ціни одного туродня у 2015 р. Так, у 2014 р. у туроператорів середня ціна однієї путівки на 12,7% більше ніж у турагентів, а середня ціна одного туродня – на 5,8%.

Результати розрахунків, представлені в таблиці 3, наочно демонструють причини різкої зміни структури продаж у 2015 р. порівняно з 2014 р. (таблиця 2). Ціни, які виставляють туроператори, перевищують ціни турагентів і щодо однієї путівки,

Таблиця 1

Кількість і вартість реалізованих туристичних путівок суб'єктами туристичної діяльності громадянам України для подорожі за кордон

Суб'єкти туристичної діяльності	Кількість реалізованих туристичних путівок, тис. од.		Вартість реалізованих туристичних путівок, млн грн		Кількість тис. туроднів за реалізованими туристичними путівками	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Туроператори	379,5	221,2	5610,5	5259,7	4835,0	2764,3
Турагенти	165,6	309,0	2171,4	6585,4	1980,1	3058,8
Усього	545,1	530,2	7781,9	11845,1	6815,1	5823,1

Джерело: складено автором за [8]

Таблиця 2

Структура суб'єктів туристичної діяльності, %

Суб'єкти туристичної діяльності	За кількістю реалізованих туристичних путівок		За вартістю реалізованих туристичних путівок		За кількістю туроднів за реалізованими туристичними путівками	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Туроператори	69,6	41,7	72,1	44,4	70,9	47,5
Турагенти	30,4	58,3	27,9	55,6	29,1	52,5
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: розраховано автором за [8]

Таблиця 3

Середня ціна однієї путівки та одного туродня, грн

Суб'єкти туристичної діяльності	Середня ціна однієї путівки		Середня ціна одного туродня	
	2014	2015	2014	2015
Туроператори	14783,9	23778,0	1160,4	1902,7
Турагенти	13112,3	21312,0	1096,6	2152,9
Загальна середня	14276,1	22340,8	1141,9	2034,2

Джерело: розраховано автором за [8]

і щодо одного туродня. Тому споживачі туристичних послуг у 2015 р. надали перевагу саме турагентам у придбанні туристичних путівок за кордон.

Якщо розглядати закономірності в динаміці, то можна констатувати, що спостерігається різке збільшення середніх цін у 2015 р. порівняно з 2014 р. Зростання обумовлено загальними інфляційними процесами в країні, збільшенням валютного курсу тощо. Водночас відносна швидкість зростання цін у турагентів випереджає відповідний показник у туроператорів (середня ціна однієї путівки у туроператорів збільшилася в 1,608 разів, а турагентів – у 1,625 разів).

Загальна за двома суб'єктами туристичної діяльності середня ціна однієї путівки збільшилася у 2015 р. порівняно з 2014 р. на 56,5 %. Дані таблиць 2 і 3 дозволяють зробити висновки, що на цю зміну безпосередньо впливають два фактори: зміна структури об'єктів туристичної діяльності щодо кількості реалізованих путівок (спостерігаємо докорінні структурні зрушення на користь більш дешевого продавця) та зміна цін у кожного з продавців путівок у 2015 р. порівняно з 2014 р.

Статистика пропонує для такого напрямку дослідження систему індексів середньої ціни змінного складу, фіксованого складу та індекс структурних зрушень.

У результаті дослідження отримані такі результати. Середня за двома суб'єктами туристичної діяльності ціна путівки у 2015 р. порівняно з 2014 р. під впливом збільшення цін за кожним суб'єктом зросла на 61,8%, а за рахунок зміни структури кількості реалізованих путівок на користь турагентів (більш дешевих продавців) середня ціна зменшилася на 3,3%. Під впливом усіх чинників загальна середня ціна збільшилася на 56,5%.

Відповідне дослідження доцільне щодо факторного аналізу динаміки середньої за двома суб'єктами туристичної діяльності ціни одного туродня.

Результати аналізу такі: у 2015 р. порівняно з 2014 р. середня за двома суб'єктами туристичної діяльності ціна одного туродня збільшилася на 52,2%. Це збільшення обумовлено двома основними факторами. По-перше, під впливом зміни цін за кожним суб'єктом діяльності середня ціна збільшилася на 54,2%, а за рахунок зміни структури суб'єктів, з погляду кількості наданих ними туроднів на користь більш дешевого продавця, середня ціна зменшилася на 1,3%.

Одним із важливих показників попиту на послуги суб'єктів туристичної діяльності і взагалі показником попиту в туризмі є середня тривалість перебування одного туриста в місті відвідування. Турфірми зацікавлені у зростанні такого показника.

За даними звітів суб'єктів туристичної діяльності визначено середню тривалість туру за певними типами подорожей як відношення кількості туроднів за реалізованими путівками до кількості реалізованих путівок.

Результати розрахунків середньої тривалості туру за кордон (за даними таблиці 1) для туроператорів,

Таблиця 4

Середня тривалість туру, днів

Суб'єкти туристичної діяльності	2014	2015
Туроператори	12,7	12,5
Турагенти	12,0	9,9
Загальна середня	12,5	11,0

Джерело: розраховано автором за [8]

турагентів та загальної середньої за двома суб'єктами туристичної діяльності представлено в таблиці 4.

Середня тривалість туру у 2015 р. порівняно з 2014 р. майже не змінилася щодо туроператорів, але суттєво (приблизно на 2 дні) зменшилася для турагентів і незначно скоротилася для обох суб'єктів разом.

Одним з індикаторів ефективної діяльності туроператорів і турагентів є зростання вартості реалізованих ними путівок. У 2015 р. порівняно з 2014 р. турагентам України вдалося збільшити вартість реалізації на 4414 млн грн або в 3,033 разів.

Статистика володіє інструментарієм, завдяки якому можна обчислити абсолютний та відносний вплив чинників на цей приріст. Ланцюговий спосіб розкладання приросту за факторами в межах індексного методу дає теоретичне підґрунтя для побудови й аналізу мультиплікативної моделі, в якій результативним показником є вартість реалізованих путівок, а факторами-множниками – середня ціна одного туродня, середня тривалість туру за реалізованими путівками і кількість реалізованих путівок.

За результатами такого дослідження побудовано таблицю 5.

Таким чином, у 2015 р. порівняно з 2014 р. вартість реалізованих путівок турагентами України збільшилася на 4414 млн грн або на 203,3%. Такий значний приріст обумовлений збільшенням середньої ціни одного туродня (за рахунок цього фактора вартість реалізації збільшилася на 3250 тис. грн або на 149,7%) і збільшенням кількості реалізованих турагентами путівок (на 1876 тис. грн або на 86,4%). Проте зменшення середньої тривалості туру за реалізованими турагентами путівками скоротило вартість реалізації на 712 тис. грн або на 32,8%.

Найбільший вплив на збільшення вартості реалізованих путівок має ціновий фактор, підвищення валютного курсу тощо. Водночас значному зростанню вартості реалізації також сприяло суттєве збільшення кількості реалізованих путівок, обумовлене тим, що споживачі в звітному періоді зверталися більше до турагентів ніж до туроператорів. Зменшення тривалості туру, яке негативно вплинуло на вартість реалізації, можна пояснити бажанням туристів зекономити кошти завдяки скороченню часу перебування в подорожі.

Висновки. Отжн, основна мета статистики туризму – інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття ефективних рішень у цій сфері. Статистичні методи дослідження дають можливість аналізу закономірностей, які проявляються в середніх величинах, характеристиках структури, динаміки, впливу факторів тощо.

Таблиця 5

Результати факторного аналізу мультиплікативної моделі вартості реалізованих путівок турагентами України

Фактор	Факторний приріст (2015 р. порівняно з 2014 р.)	
	абсолютний, тис. грн	відносний, %
Середня ціна одного туродня	3250	149,7
Середня тривалість туру за реалізованими путівками	-712	-32,8
Кількість реалізованих путівок	1876	86,4
Усього	4414	203,3

Джерело: розраховано автором за [8]

Дослідження діяльності турагентів і туроператорів України за даними статистичного бюлетеня «Туристична діяльність в Україні за 2015 рік» дозволило виявити закономірності щодо докорінної зміни структури кількості реалізованих путівок на користь турагентів та пояснити причини цього явища можливістю споживача зекономити кошти завдяки придбання путівки в більш дешевого продавця туристичних послуг.

У результаті факторного аналізу динаміки середньої ціни одного туродня та середньої ціни однієї путівки продемонстровано вплив на цю динаміку змін цін у окремих суб'єктів діяльності та вплив структурних зрушень.

Дослідження багатофакторної моделі вартості реалізованих путівок турагентами України дозволило зробити висновки про позитивний вплив на цю вартість цін та кількості реалізованих путівок і одночасно негативний вплив середньої тривалості перебування.

Подальші дослідження стосуватимуться перспективних розрахунків характеристик туристичної діяльності турагентів і туроператорів на основі статистичного моделювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Міжнародні рекомендації зі статистики туризму, 2008 рік // Організація Об'єднаних Націй. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf.
2. Методологічні положення зі статистики туризму // Наказ Державної служби статистики України 23.12.2011 р. № 372. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Грабовенська С.П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08-09>.
4. Кузнєцова Н.М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу : [монографія] / Н.М. Кузнєцова, С.Г. Нездодимінов. – Одеса : Астропринт, 2010. – 256 с.
5. Кальченко О.М. Оцінка впливу факторів розвитку підприємств туристичної сфери / О.М. Кальченко // Науковий вісник ЧДІЕУ, 2013. – № 3(19). – С. 94–101.
6. Янковий О.Г. Детерміновані моделі факторного економічного аналізу / Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону : монографія // За заг. ред. А.З. Підгорного. – Одеса : Атлант, 2012. – С. 125–143.
7. Підгорний А.З. Статистика туризму : навчальний посібник / А.З. Підгорний, О.Г. Милашко. – Одеса : ОНЕУ, 2014 р. – 204 с.
8. Туристична діяльність в Україні за 2015 рік: статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.