

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙKEY PERFORMANCE INDICATORS OF THE TOURIST
DESTINATIONS DEVELOPMENT

У статті розглядається проблема оцінки ефективності функціонування туристичних дестинацій, зібрано та проаналізовано основні індикатори, які використовуються для оцінювання значення туристичної діяльності для території та запропоновано ключові показники ефективності (KPI), які можна використовувати для оцінки розвитку будь-якої туристичної дестинації. До найважливіших ключових показників ефективності можна віднести економічні, екологічні, соціо-культурні та управлінські KPI. Зазначено, що використання цілісного підходу до планування розвитку туристичних дестинацій, який включає ключові показники ефективності в економіці, навколишньому середовищі, соціально-культурній сфері та управлінні, дає можливість дестинаціям приймати обґрунтовані рішення, які приносять користь як відвідувачам, так і місцевим жителям.

Ключові слова: туризм, туристична дестинація, управління туристичними дестинаціями, ключові показники ефективності, конкурентоспроможність.

The article examines the problem of evaluating the effectiveness of the functioning of tourist destinations, collects and analyzes the main indicators that are used to evaluate the importance of tourist activity for the territory and proposes key performance indicators (KPI). Worldwide, tourism is one of the fastest growing industries. The increase in the number of tourists in tourist destinations requires increased attention from the authorities to ensure the sustainable development of recreational areas. The formation of the tourist product and tourist offer as a whole should be accompanied by the establishment of certain criteria for evaluating the effectiveness of tourism development in the destination from the point of view of sustainability and competitiveness. We included economic, environmental, socio-cultural and management KPIs among the most important key performance indicators. To assess the economic impact of tourism in a destination, KPIs should assess whether new business is created in the destination due to the presence of tourism needs, what percentage of tourism purchases are made from local producers, the dynamics of the number of skilled workers involved in tourism and tourism infrastructure. Also, in any destination, a system should be built to determine the risks and opportunities associated with the environmental consequences of the implementation of tourist activities. Such a system aims to analyze many factors: water use, climate action, solid waste management, air, land and sea pollution, as well as habitat and biodiversity conservation. The essence of socio-cultural KPIs is to empower communities. The impact of tourism on local communities goes beyond economic benefits, affecting wider sections of society through social dynamics, culture and quality of life. Management KPIs may include the implementation of the destination management plan, the amount of funding for tourism development, the amount of funds specially allocated to overcome the negative consequences of tourism. It is noted that the use of a holistic approach to planning the development of tourist destinations, which includes key performance indicators in the economy, environment, socio-cultural sphere and management, enables destinations to make informed decisions that benefit both visitors and local residents.

Key words: tourism, tourist destination, management of tourist destinations, key performance indicators, competitiveness.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.88-20>

Давиденко І.В.

к.е.н., доцент, завідувачка кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет

Davydenko Iryna

Odesa National Economic University

Постановка проблеми. У сучасній туристичній індустрії важливим поняттям є термін «туристична дестинація», що охоплює ключові аспекти туристичної привабливості місцевості. Туристична дестинація є, з одного боку, суб'єктом ринкових відносин, а з іншого – об'єктом управління в туризмі. Негативні ситуації, спричинені спалахом пандемії COVID-19, військовими діями, змушують туристичні дестинації впроваджувати нові стандарти діяльності, нові управлінські заходи, які спрямовані на забезпечення подальшого ефективного розвитку туристичних регіонів. Нові вимоги сьогодення, що супроводжуються також необхідністю стимулювати відновлення туристичних потоків, пов'язані з управлінням дестинаціями та їх трансформацією. З цієї причини формування

туристичного продукту і туристичної пропозиції в цілому повинні супроводжуватися встановленням певних критеріїв оцінки ефективності розвитку туризму в дестинації з точки зору стійкості та конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематикою розвитку туристичних дестинацій займалися такі відомі українські вчені як Д. Басюк [1], В. Брич [2], О. Кифяк [2], Н. Корж [1], Г. Кучерява [3], О. Музиченко-Козловська [4], Т. Ткаченко [5]. Багато уваги питанням методології та управління туристичних дестинацій приділяє UNWTO. Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених аналізу методологічних основ формування туристичних дестинацій, теоретичне забезпечення процесів створення та функціонування

туристичних дестинацій все ще є актуальним. У літературі й досі залишається не розробленою проблема оцінки ефективності функціонування туристичних дестинацій, не запропоновані ключові показники ефективності розвитку дестинацій.

Постановка завдання. Метою цієї роботи є зібрати та проаналізувати основні індикатори, які використовуються для оцінювання значення туристичної діяльності для території та обґрунтувати ключові показники ефективності, які можна використовувати для оцінки розвитку будь-якої туристичної дестинації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В усьому світі туризм є однією з галузей, що найшвидше розвиваються, і має сильний вплив на території з екологічної, економічної та соціальної точки зору. Збільшення кількості туристів, які стікаються до туристичних дестинацій, вимагає збільшення уваги з боку влади до забезпечення сталого розвитку рекреаційних територій. Для оцінювання важливості туризму для певної території можуть використовуватись різноманітні інструменти (індикатори). Найчастіше у літературі зустрічається теза про необхідність використання зведених індикаторів сталого туризму, серед яких виділяються економічні, соціальні та екологічні індикатори.

Організація економічного співробітництва і розвитку ОЕСР визначає перелік показників, які можна застосовувати для оцінки конкурентоспроможності країни, в тому числі визначаються і показники, які застосовуються для визначення конкурентоспроможності туристичного сектору. ОЕСР визначає конкурентоспроможність туризму таким чином: це стосується здатності туристичної дестинації оптимізувати свою привабливість для резидентів і нерезидентів, пропонувати споживачам якісні, інноваційні та привабливі (враховуючи співвідношення ціна – якість) туристичні послуги та отримувати прибуток, забезпечуючи при цьому ефективно та стійке використання ресурсів, доступних для підтримки туризму [6]. В цілому ж, ОЕСР поділяє всі індикатори на такі чотири категорії:

- показники, які вимірюють ефективність і вплив туризму;
- індикатори, які відстежують здатність дестинації пропонувати якісний туристичний продукт і конкурентоспроможні послуги;
- індикатори, що визначають привабливість дестинації;
- індикатори, які описують політичні заходи та економічні можливості [6].

У міжнародній туристичній методології прийнято, що туризм здійснює не тільки прямий внесок у розвиток економіки (отримання доходу підприємствами індустрії туризму), а й непрямий (залучення в туристичну діяльність супутніх галузей). Тому UNWTO рекомендує до застосування якісного універсального показника непрямого

впливу туризму на економіку країни або туристичного мультиплікатора.

Значна частина туристичних дестинацій продовжує вузьку фіксацію на економічному впливі туризму, особливо на зростанні кількості прибуттів, ночівель, витрат відвідувачів і кількості робочих місць. Проте вплив туризму на дестинацію є більш далекосяжним. Туристична діяльність також здійснює суттєвий вплив на навколишнє середовище, інфраструктуру, культуру, спадщину та індивідуальний добробут населення дестинації. З огляду на те, що за прогнозами до 2050 року обсяги туризму подвояться [7], потрібно починати вимірювати справжню вартість і вигоду від туристичних відвідувань приймаючих дестинацій.

Необхідним є врахування вигоди від туризму і з точки зору якості життя мешканців та їхнього доступу до ресурсів. Зрештою, пріоритет зростання лише з точки зору кількості відвідувачів означає, що місцеві жителі дестинацій, ймовірно, втрачатимуть можливість отримання доступного житла та доступу до землі та ресурсів, може мати місце перенаселення, забруднення чи руйнування природного середовища, що посилюється впливом зміни клімату. Варто дослідити досвід жителів провідних європейських дестинацій, таких як Амстердам, Барселона та Венеція, або дестинацій в районах виняткової природної краси, таких як Боракай, Індонезія, Косумель. Усі ці дестинації, зараз вживають заходів для мінімізації впливу туризму та є прикладами того, як території можуть змінювати свій підхід до розвитку туризму.

Використання цілісного підходу до планування розвитку туристичних дестинацій, який включає ключові показники ефективності (KPI) в економіці, навколишньому середовищі, соціально-культурній сфері та управлінні, дає можливість дестинаціям приймати обґрунтовані рішення, які приносять користь як відвідувачам, так і місцевим жителям. Розглянемо більш детально ключові показники ефективності для забезпечення позитивного, стійкого розвитку туристичних дестинацій.

1. Економічні KPI

Щоб оцінити економічний вплив туризму в дестинації, KPI повинні враховувати не тільки суми отриманого доходу, а також включати розподіл економічної вигоди, тобто оцінювати те, чи створюється в дестинації новий бізнес завдяки наявності туристичних потреб, який відсоток закупівель у сфері туризму здійснюється у місцевих виробників, динаміка кількості кваліфікованих працівників, задіяних у сфері туризму та туристичної інфраструктури, тощо.

Проводячи аналіз досягнення економічних KPI необхідно визначити де є слабкі сторони, проблемами та які існують майбутні ризики. Для цього необхідно визначити чи забезпечує сфера туризму гідну оплату та умови праці у дестинації, чи здатний

туристичний бізнес залучати та утримувати кваліфікованих працівників, чи працюють ланки постачання, які підтримують місцевих виробників та постачальників.

Наприклад, для дестинації, де наймання й утримання працівників є проблемою, КРІ можуть включати відсоткове зменшення розриву в працевлаштуванні, підвищення задоволеності працівників і кількість туристичних підприємств, які проводять політику щодо справедливої заробітної плати та забезпечення умов праці. Правильним є коли місцеві організатори туристичної діяльності беруть на себе зобов'язання щодо соціальної відповідальності перед громадами, навколишнім середовищем, культурою та бізнесом. У цьому випадку результати такої діяльності будуть відображатись у поліпшенні економічних КРІ туристичної дестинації.

2. Екологічні КРІ

У будь-якої дестинації повинна бути побудована система для визначення ризиків та можливостей, пов'язаних із екологічними наслідками здійснення туристичної діяльності. Така система має на меті аналіз багатьох факторів: водокористування, кліматичні заходи, включаючи скорочення викидів парникових газів і мінімізацію наслідків зміни клімату (враховуючи положення Декларації Глазго про кліматичні заходи в туризмі [8]), управління твердими відходами, забруднення повітря, землі та моря, а також збереження середовища проживання та біорізноманіття. Існуюча система екологічних КРІ сприятиме сталості та гнучкості дестинації, а також збільшенню обізнаності місцевого населення та туристів щодо можливих екологічних наслідків.

Екологічні КРІ можуть включати такі показники як кількість створених екологічних маршрутів; збільшення кількості заповідних земель; рівень фінансування для забезпечення якісною питною водою, захист і відновлення водозбору; динаміка кількісних показників здоров'я екосистеми; відсоток доходів, отриманих від туризму, спрямованих на охорону та відновлення довкілля; відсоток зменшення обсягів утворених відходів, включаючи зменшення відходів на заповідних територіях та стежках; зменшення рівня споживання енергії, тощо.

3. Соціо-культурні КРІ

Сутність соціо-культурних КРІ полягає у розширенні можливостей для спільнот. Вплив туризму на місцеві громади виходить за рамки економічної вигоди, ширше впливаючи на верстви суспільства через соціальну динаміку, культуру та якість життя. Щоб оцінити ці аспекти, необхідно відстежувати задоволеність мешканців, здатність брати участь у рішеннях, пов'язаних із розвитком туризму, доступ до місцевих послуг і ресурсів, таких як транспорт і пляжі, безпеку та злочинність, а також збереження культурної спадщини.

Для прикладу розглянемо наступний кейс. Після великого землетрусу в Східній Японії у 2011 році місто Камаїсі розробило десятирічну стратегію розвитку туризму, щоб допомогти фізично відбудувати сильно зруйновані частини міста та відновити гордість жителів за місце, яке вони називають домом. План включав ключові показники ефективності, які вимірюють відсоток громадян, які пишуться своїм містом, і був спрямований на те, щоб як відвідувачі, так і жителі краще розуміли історію Камаїші та його унікальність [9].

Таким чином, соціо-культурні КРІ можуть включати такі показники як рівень задоволеності мешканців дестинації; рівень забезпечення житлом, дитячими майданчиками, медичними закладами, тощо жителів дестинації; зменшення рівня заторів у дестинації; збільшення місць для паркування; збільшення чисельності постійного населення дестинації; зменшення рівня правопорушень та злочинності.

4. Управлінські КРІ

Ефективні структури управління мають важливе значення для успішного розвитку туристичних дестинацій. Ефективне управління передбачає наявність та виконання планів і стратегій, недопущення або фінансування усунення будь-яких негативних впливів від туризму, забезпечення прозорих процесів прийняття рішень за участю зацікавлених стейкхолдерів. Ключові показники ефективності, засновані на цих аспектах, можуть включати реалізацію плану управління дестинацією, розмір фінансування розвитку туризму, розмір коштів, спеціально виділених на подолання негативних наслідків туризму.

Важливим аспектом ефективного управління є рівноправна участь державного та приватного секторів та різних громадських організацій. Наприклад, у Новій Зеландії сім організацій державного та приватного секторів, у тому числі Air New Zealand, Tourism New Zealand і New Zealand Māori Tourism, об'єдналися, щоб піклуватися, зберігати та захищати автентичне природне та культурне надбання дестинації. Ця організація пропонує всім подивитись на світ крізь призму корінного населення дестинації, створити глибокий зв'язок із місцем призначення, не наслідувати інфлюенсерів, а самостійно шукати незвичайні локації та ракурси, відкриваючи для себе щось нове [10]. Країна також має КРІ, засновані на аналогічних принципах щодо економічного процвітання та добробуту, спільної поваги та турботи про інших.

Висновки з проведеного дослідження.

У динамічному ландшафті туристичної діяльності управління дестинаціями є основою для сталого зростання, стійкості та конкурентоспроможності. У роботі наведено загальний огляд показників, що використовуються для оцінювання значення туристичної діяльності для території. Слід зазначити, що

існування туристичної дестинації будь-якого масштабу (від країни в цілому до локального туристичного об'єкту) неможливе без застосування цілісного підходу. Для реалізації такого підходу пропонується використовувати ключові показники ефективності розвитку туристичної дестинації. До таких ключових показників ефективності ми віднесли економічні, екологічні, соціо-культурні та управлінські КРІ. Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі, на наш погляд, є процес імплементації запропонованих базових КРІ для дестинацій різних типів з урахуванням їх специфіки та можливостей розвитку туризму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. 321 с.
2. Брич В., Кифяк О. Теоретико-методологічні основи формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. № 4. 2020. С. 114–126. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.114>
3. Кучерява Г. О. Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. *Вісник КНЛУ*. Випуск 28. 2023. С. 93–102. DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280703>
4. Музиченко-Козловська О. В. Методика оцінювання туристичного бренду дестинацій. *Вісник НУ «Львівська політехніка». Логістика*. 2016. № 846. С. 120–125. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/4252/muzychenko-kozlovskaov.pdf> (дата звернення: 2.07.2024)
5. Ткаченко, Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. – К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т. – 2006. – 537 с.
6. Handbook on Constructing Composite Indicators. Methodology and User Guide. OECD. 2008. 158 p. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264043466-en.pdf?expires=1721143279&id=id&acsnames=guest&checksum=B990C50B0E54A376A3B246C078C8298C> (дата звернення: 21.06.2024)
7. Envisioning Tourism in 2030 & Beyond. The Travel Foundation. URL: <https://www.thetravelfoundation.org.uk/launch-of-envision-2030-report/> (дата звернення: 15.06.2024)
8. Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism. URL: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/cma2021_10_add1_adv.pdf (дата звернення: 30.05.2024)
9. Keita Matsushita. Social problem-solving workation through collaboration between local regions and urban companies: the case of Kamaishi in Japan. *Frontiers Sustainable Tourism*. Volume 3. 2024. DOI: <https://doi.org/10.3389/frsut.2024.1337097>
10. TIAKI – care for New Zealand. URL: <https://www.tourismnewzealand.com/partner-with-us/tiakil/> (дата звернення: 19.07.2024)

REFERENCES:

1. Korzh N. V., Basiuk D. I. (2017) *Upravlinnia turystychnymy destynatsiiamy: pidruchnyk* [Management of tourist destinations: textbook]. Vinnytsia: "PP "TD Edelweis i K», 321 p. (in Ukrainian)
2. Brych V., Kyfiak O. (2020) *Teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia turystychnykh destynatsii u zakhidnoukrainskykh prykordonnykh rehionakh* [Theoretical and methodological foundations of the formation of tourist destinations in the Western Ukrainian border regions]. *Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu – Bulletin of the Ternopil National Economic University*, vol. 4, pp. 114–126. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.114> (in Ukrainian)
3. Kucheriava H. O. (2023) *Turystychna destynatsiia yak obiekt upravlinnia v turyzmi* [A tourist destination as an object of tourism management]. *Visnyk KNLU – Bulletin of KNLU*, vol. 28. pp. 93–102. DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280703> (in Ukrainian)
4. Muzychenko-Kozlovska O. V. (2016) *Metodyka otsiniuvannia turystychnoho brendu destynatsii* [Methodology for evaluating the tourist brand of destinations]. *Visnyk NU "Lvivska politekhnika". Lohistyka. – Bulletin of Lviv Polytechnic University. Logistics*, vol. 846, pp. 120–125. Available at: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/4252/muzychenko-kozlovskaov.pdf> (accessed July 2, 2024) (in Ukrainian)
5. Tkachenko, T. I. (2006) *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities]. K.: Kyiv nats. torh.-ekon. un-t., 537 p. (in Ukrainian)
6. Handbook on Constructing Composite Indicators (2008) Methodology and User Guide. OECD, 158 p. Available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264043466-en.pdf?expires=1721143279&id=id&acsnames=guest&checksum=B990C50B0E54A376A3B246C078C8298C> (accessed June 21, 2024) (in English)
7. Envisioning Tourism in 2030 & Beyond. The Travel Foundation. Available at: <https://www.thetravelfoundation.org.uk/launch-of-envision-2030-report/> (accessed June 15, 2024) (in English)
8. Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism. Available at: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/cma2021_10_add1_adv.pdf (accessed May 30, 2024) (in English)
9. Keita Matsushita (2024) Social problem-solving workation through collaboration between local regions and urban companies: the case of Kamaishi in Japan. *Frontiers Sustainable Tourism*, vol. 3. DOI: <https://doi.org/10.3389/frsut.2024.1337097> (in English)
10. TIAKI – care for New Zealand. Available at: <https://www.tourismnewzealand.com/partner-with-us/tiakil/> (accessed July 19, 2024) (in English)