

УДК 338.486

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Цьохла С.Ю.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: tsohla@bigmir.net*

У статті розглянуто фактори та напрями їх впливу на формування сучасного й перспективного стану туристичної індустрії. Визначено критерії та систематизовано фактори розвитку. Досліджено дію зовнішніх та внутрішніх факторів.

Ключові слова: туризм, фактори розвитку, критерії, систематизація, сезонність.

Вступ. Одна з найбільш значних, постійних і довгострокових тенденцій, що супроводжує формування і розвиток світового господарства, – неухильне зростання впливу сфери послуг, а серед них туристичних, як на світову економіку в цілому, так і на економіку окремих країн і регіонів.

Як галузь світового господарства туризм з 1988 року займає 1 місце з обігу послуг, 2 місце – по валютним надходженням. У всіх розвинених країнах індустрія туризму – частина економіки. Її розвиток забезпечує приплив у країну іноземної валюти, вона також сприяє господарському освоєнню менш розвинених районів країни, втягує в господарський оберт невикористані іншими галузями природні ресурси, впливає на розвиток інфраструктури й сприяє зайнятості місцевого на селища. З іншими галузями економіки її поєднують багато чисельні економічні зв'язки у формі поставок товарів, надання послуг й т.д.

На розвиток індустрії туризму впливає велика кількість факторів: постійних та мінливих. Розглядаючи питання розвитку системи маркетингу на ринку туристичних послуг, Азарян О.М. та Жукова Н.Л. досліджують фактори, „що обмежують розвиток рекреаційної сфери і туризму в Україні й окремих її регіонах” та наполягають на розробці „антикризових заходів для відновлення рекреаційної сфери з метою подальшого її розвитку і досягнення економічного зростання” [1, с.22].

Дядечко Л.П. при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить „як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі” [2, с. 21-22].

В свою чергу, Жукова М.О. пропонує „увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі, поділити на дві групи: 1) фактори, діючі незалежно від діяльності організацій туризму; 2) фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристськими організаціями у своїй діяльності” [3, с. 27].

У переліку основних факторів впливу на розвиток регіонального туризму, російські вчені під керівництвом Зоріна І.В. виділяють групи статичних та динамічних, зовнішніх (екзогенних) та внутрішніх (ендогенних) [4, с. 34-35].

Таким чином, загальної систематизації факторів впливу на туризм не існує, вітчизняні та зарубіжні фахівці в галузі туризму по-різному ставлять акценти при

визначені факторів, що впливають на специфіку діяльності туристських підприємств.

Ціль дослідження. Ціль статті – визначити критерії та систематизувати фактори розвитку туризму, дослідити їх вплив на формування сучасного й перспективного стану.

Матеріали дослідження. Туризм є доволі специфічною сферою економіки, яка, окрім реалізації економічних функцій у підприємстві (отримання прибутку суб'єктами туристичного ринку), покликана вирішувати важливі соціальні, культурні та суспільні завдання. Тому туристична діяльність сприяє:

- відновленню зусиль і працездатності людей й відповідно психо- фізіологічних ресурсів суспільства;

- збільшенню зайнятості та підвищенню життєвий рівень місцевого населення;

- раціональному використанню вільного часу та організації дозвілля населення;

- підвищенню культурного рівня населення;

- поширенню культурних цінностей.

- збагаченню соціально-економічну інфраструктуру, міжрегіональну співпрацю країн, держав та народів.

Україна має значні об'єктивні передумови входження до найбільш розвинутих туристських країн світу. Маючи вигідне геополітичне розташування, Україна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною і розвинутою туристською індустрією. Але порівнюючи показники розвитку туризму в Україні із країнами, близькими по кліматичних і природних умовах, розмірам території й чисельності населення, можна зробити висновок, що наша країна займає незначне місце на міжнародному туристському ринку. Незважаючи на те, що в останні роки спостерігається неухильний ріст як доходів від туризму, так і кількості туристів, що відвідали Україну, у порівнянні з розвиненими країнами ці показники в абсолютному виразі майже найнижчі (рис. 1).

У порівнянні з Росією, що має дохід у розмірі 5,466 млрд. дол. США, Україна відстає в 1,5 рази, у порівнянні з Туреччиною (18,152 млрд. дол. США) – майже в 6 разів, проти Німеччини (29,204 млрд. дол. США) – в 9,3 рази. У Франції цей показник в 13,5 разів вище, ніж в Україні, а в Іспанії - в 15,3 разів (див. рис. 1).

За словами Генерального секретаря ЮНВТО, зростаюче визнання внеску туризму в економічний ріст і створення робочих місць означає, що національні уряди, особливо в регіонах, що розвиваються, починають приділяти туризму усе більше уваги.

Згідно прогнозам ЮНВТО, основними, чинниками розвитку туризму є:

- науково-технічний прогрес, підвищення якості життя;

- збільшення тривалості вільного часу;

- стан оточуючого середовища.

У сфері послуг інновації стосуються самих послуг (інновації продукту), процесу їх виробництва (технологічні інновації) та організації споживання (інноваційний менеджмент). Інновації продукту, тобто створення принципово нових послуг, найчастіше пов'язані з загальним поступом технологізації суспільства і

діють в таких напрямках: зміна сутності послуги внаслідок впровадження нових технологій; виникнення послуги в зв'язку з використанням нових технологій впровадження нових технологій шляхом надання послуг; створення нових технологій за допомогою послуг.

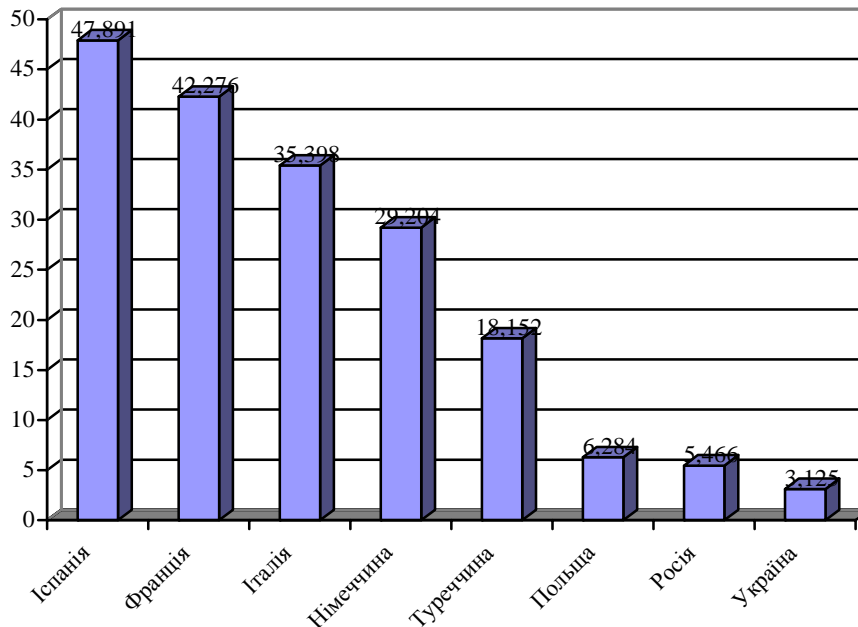


Рис. 1. Доходи від туризму в 2005 р., млрд. дол. США

Туристичні підприємства мають потребу в стимулюванні інноваційної діяльності не в меншій, а може бути, навіть більшою мірою, ніж індустріальні, де діяльність певною мірою здійснюється силами науково-дослідних організацій, а також відповідними науково-технічними. Масове залучення суб'єктів господарської діяльності до інноваційного процесу в туристичних регіонах може дати відчутний темп зростання економічного розвитку.

При загальній тенденції підвищення добробуту населення, розвиваються соціальні передумови туризму: скорочений робочий тиждень, збільшується період відпусток, є можливість гнучкого графіка роботи. Ці заходи сприяли збільшенню фонду вільного часу населення, що усе більше орієнтується не на стандартний набір послуг, а на індивідуальну програму вільного часу.

Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку і формування потреби населення в туризмі як в формі проведення дозвілля в подорожі. Попит на туристичні послуги формується як в країні (на послуги внутрішнього та міжнародного зарубіжного туризму), так і за її межами (послуги

міжнародного іноземного туризму), а задовольняється він пропозицією, яку створюють і реалізують суб'єкти національного туристичного ринку.

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини. Про визнання вагомості туризму, його впливу на розвиток життя країни свідчать Укази Президента України від 02.03.2001 року «Про підтримку розвитку туризму в Україні» та від 14.12.2001 року «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму».

При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати дію факторів впливу, що визначають його класифікацією (рис. 2).

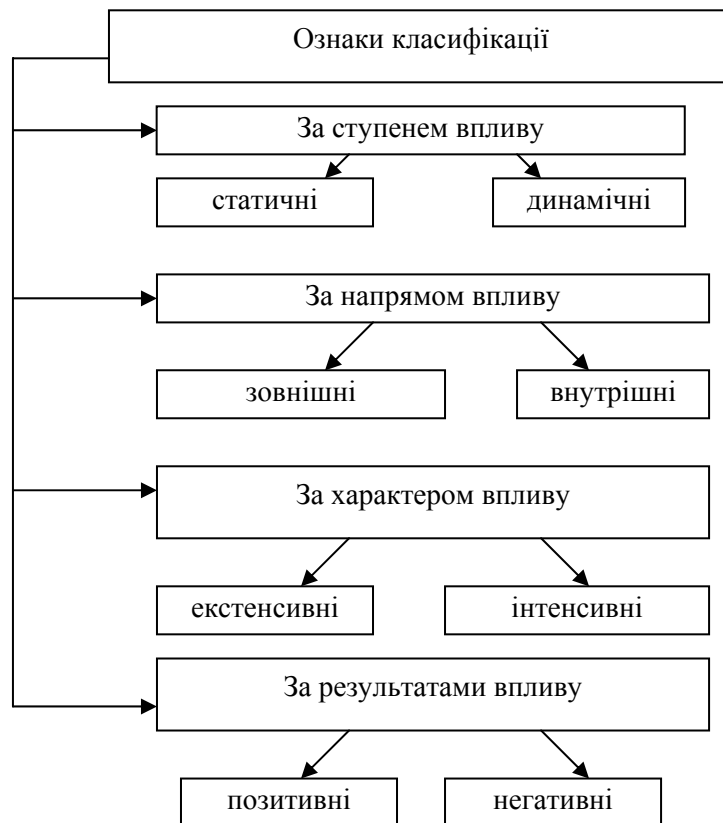


Рис. 2. Класифікація факторів впливу на розвиток туризму

Найчастіше використовується розподіл факторів на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які у туризмі мають специфічні прояви. Зовнішні фактори впливають на туризм, у першу чергу, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови. Серед численних зовішніх

факторів, що впливають на розвиток туристичної індустрії доцільно виділити основні їх групи: політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні (рис. 3).



Рис. 3. Зовнішні фактори розвитку туристичної індустрії

Наведені на рис. 3 фактори впливу на туристичну діяльність визначають пріоритетні напрямки розвитку туріндустрії. Варто враховувати, що комплекс факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі, містить фактори як позитивного, так і негативного впливу.

1. Політичні фактори.

Стабільна політична обстановка в країні – необхідна умова функціонування туристичної індустрії. Крім того, для розвитку туризму в тій чи іншій країні важливий тип міжнародних відносин, що склалися з іншими державами; стан торговельного балансу даної країни та її партнерів; міжнародна обстановка у світі або в окремо взятому регіоні.

Стосовно туристичних регіонів не раз виявлявся негативний вплив загострення міжнародних питань на кількість туристів у регіоні, особливо зарубіжних.

2. Економічні фактори.

До зовнішніх факторів належать також фінансово-економічні умови: поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації обумовлює збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля.

Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси глобалізації й інтеграції, що відбуваються в усіх галузях світової економіки.

Однак такі явища в економіці, як жорсткість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), економічні страйки, перебої в енерго- і водопостачанні можуть значно стримувати діяльність підприємств туристичної індустрії.

3. Соціально-демографічні фактори.

До соціально- демографічних факторів, що впливають на зростання туризму, належать: підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення. Як елемент естетичних потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах.

4. Науково-технічні фактори.

Науково-технічні фактори дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури.

Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму: матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібною торгівлі і т.д.

До внутрішніх факторів належать:

- процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму;

- зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішнерегіональних туристських сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул і т.д.;

- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристського бізнесу і т.д.);

- зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;

- зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т.д.);

- зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги).

На теперішній час особливе місце серед факторів, що виявляють вплив на розвиток туризму в Україні, займає фактор сезонності. Залежно від сезону обсяг туристичної діяльності може мати дуже серйозні коливання. Туристські організації й установи вживають ряд заходів, спрямованих на зменшення сезонних спадів, наприклад, введення сезонної диференціації цін, розвиток тих видів туризму, які не мають сезонної залежності – курортно-рекреаційний, діловий і т.п., а також вивчають зарубіжний досвід диверсифікації туристської пропозиції.

Взаємодія внутрішніх та зовнішніх чинників формує кон'юнктуру ринку та створює середовище бізнес-діяльності, впливає на попит (його обсяг, структуру, ритмічність), який забезпечується діяльністю національної індустрії туризму зі створення відповідного кон'юнктури турпродукту. Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку і формування потреби населення в туризмі як в формі проведення дозвілля в подорожі. Попит на туристичні послуги формується як в країні (на послуги внутрішнього та міжнародного зарубіжного туризму), так і за її межами (послуги міжнародного іноземного туризму), а задовольняється він пропозицією, яку створюють і реалізують суб'єкти національного туристичного ринку.

Тому факторами позитивного впливу, що визначають перспективний розвиток туризму, є збільшення інвестицій в інфраструктуру, маркетинг і реклама, розвиток внутрішніх ринків, зростання міжрегіонального співробітництва й міжгалузевих партнерств.

Висновки. Загальною закономірністю розвитку індустрії туризму слід вважати залежність від рівня соціально-економічного розвитку країни: високий і стабільний розвиток економіки здатен забезпечити стабільний розвиток індустрії туризму. Класифікація факторів впливу дозволить проводити цілеспрямоване управління діяльністю та формувати програму стійкого розвитку. Саме позитивна дія факторів пріоритетного розвитку туризму в національній економіці і забезпечує високі економічні результати, стабільний розвиток діяльності та успішне вирішення соціальних питань.

Список літератури

1. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организаций / М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
4. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: Учебник / [И.В. Зорин, А.И. Зорин, Т.А. Ирисова и др.]. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.

Поступила в редакцію 01.12.2009 г.

Цехла С.Ю. Систематизация факторов развития туристской индустрии / С.Ю. Цьохла // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), № 2. – С. 373-380.

В статье рассмотрены факторы и направления их влияния на формирование современного и перспективного состояния туристической индустрии. Определены критерии и систематизированы факторы развития. Исследовано действие внешних и внутренних факторов.

Ключевые слова: туризм, факторы развития, критерии, систематизация, сезонность.

Tsyokhla S. Ordering of factors of the tourist's industry development / S. Tsyohla // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2009. – Vol. 22 (61), # 2. – P. 373-380.

Factors and directions of their influence on formation of a modern and perspective condition of the tourist industry are considered in article. Criteria are defined and development factors are systematised. Action of external and internal factors is investigated.

Key words: tourism, development factors, criteria, ordering, seasonal prevalence.